

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan pada umumnya akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan setiap periodenya. Nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari serangkaian arus kas masuk yang akan dihasilkan oleh perusahaan pada masa yang akan datang. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering berkaitan dengan harga saham, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor keseluruhan untuk setiap ekuitas yang dimiliki. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan dan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Nilai perusahaan yang baik akan membuat para calon investor memandang baik perusahaan tersebut.

Fenomena yang terjadi menunjukkan pertumbuhan pasar industri *Fast Moving Consumer Good* (FMCG) Indonesia mengalami perlambatan. Hal tersebut dipengaruhi oleh perlambatan ekonomi global. Perlambatan ini terjadi pada berbagai sektor *consumer good*, terutama pada sektor makanan dan minuman yang merupakan sektor paling besar di dalam pembelanjaan rumah tangga. Indonesia merupakan negara yang penurunannya sangat besar. Hasil riset pertumbuhan *consumer good* di Indonesia tahun 2015 sebesar 7,4%. Pertumbuhan ini menurun jika dibandingkan dengan tahun 2014 yang mencapai 15,2%. Kondisi

consumer good di Indonesia ini sejalan dengan hasil riset untuk pasar Asia. Bahwa pada tahun 2013, secara keseluruhan pertumbuhan *consumer good* di Asia sekitar 10%. Sedangkan pada tahun 2015, pasar FMCG menurun sekitar 4,6%. Perlambatan pertumbuhan di industri FMCG ini juga mempengaruhi kebiasaan berbelanja di rumah tangga Indonesia. Ada kesamaan para rumah tangga di Asia termasuk Indonesia di dalam kebiasaan belanja mereka, yakni mengurangi frekuensi belanja namun meningkatkan kuantitas pembelian per pembelanjaan. Kategori yang dibeli tahun 2015 lebih sedikit dibandingkan dengan tahun 2014. Jika tahun 2014 rata-rata orang berbelanja sekitar 48 kategori, untuk tahun 2015 mereka berbelanja sekitar 45 kategori. Permasalahan tersebut tentu akan mempengaruhi nilai perusahaan karena daya beli konsumennya menurun sehingga menyebabkan pendapatan yang diperoleh perusahaan juga akan menurun. Permasalahan tersebut dapat menyebabkan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham mengalami penurunan sehingga membuat harga saham juga menurun dan akan berdampak terhadap penurunan nilai perusahaan. (www.economy.okezone.com).

Perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dibagi menjadi beberapa sektor. Salah satunya yaitu sektor industri barang konsumsi. Dalam sektor tersebut terbagi menjadi beberapa sub sektor, peneliti memilih sub sektor *food and beverage* karena sektor ini dianggap mampu bertahan dalam krisis global. Sektor ini erat kaitannya dengan kebutuhan pokok manusia karena produknya dapat langsung dinikmati oleh konsumen. Secara tidak langsung sektor ini dapat mempresentasikan seberapa besar tingkat konsumtif masyarakat.

Nilai perusahaan menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena merupakan tujuan dari perusahaan. Proses untuk memaksimalkan nilai perusahaan akan memunculkan konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang biasa disebut dengan *agency problem*. Pihak manajemen yaitu manajer perusahaan biasanya mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan dari pemegang saham. Hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, begitu sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi manajer karena yang dilakukan manajer akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga membuat penurunan keuntungan dan akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan sehingga nilai perusahaan menurun. Menurunnya nilai perusahaan akan memberikan dampak pada kekayaan para pemegang saham. Konflik yang terjadi antara manajer dan pemegang saham dapat diminimalkan dengan cara mensejajarkan kepentingan pemegang saham dengan manajer (Agnes, 2013). Mekanisme untuk mengurangi konflik keagenan antara lain dengan meningkatkan kepemilikan manajerial (*Insider Ownership*).

Tujuan perusahaan dapat dicapai dengan optimalisasi nilai perusahaan dengan melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan berpengaruh terhadap keputusan keuangan lainnya. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu kebijakan dividen, ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan manajerial. Faktor-faktor ini sering digunakan para investor untuk menilai kemampuan

perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Keterkaitan dari masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

Faktor yang pertama yaitu kebijakan dividen. Kebijakan dividen adalah keputusan untuk membagikan sebagian labanya kepada pemegang saham. Salah satu wewenang yang didelegasikan oleh pemegang saham kepada dewan direksi yaitu mengendalikan kebijakan dividen, karena kesejahteraan para pemegang saham yaitu berdasarkan penetapan kebijakan dividen. Nilai perusahaan juga dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Karena harga saham dapat dipengaruhi oleh besarnya dividen yang dibagikan. Apabila nilai dividen yang dibagikan tinggi maka akan membuat harga saham cenderung tinggi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, apabila nilai dividen yang dibagikan rendah maka akan membuat harga saham menurun dan dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu menurut Sri Ayem dan Ragil Nugroho (2016) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Candra Pami Hemastuti dan Suwardi Bambang Hermanto (2014) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang kedua yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan pada akhir tahun atau dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara yaitu dengan menggunakan total aset, nilai pasar saham, *log size* dan total modal. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko

yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat dikatakan mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan dapat dengan mudah memperoleh sumber pendanaan untuk perusahaan baik yang bersifat internal maupun bersifat eksternal. Selain itu, investor dalam mengambil keputusan menggunakan ukuran perusahaan sebagai tolak ukur.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukma Mindra dan Teguh Erawati (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Hesti Setyorini Pamungkas dan Abriyani Puspaningsih (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang ketiga yaitu *leverage*. Besar kecilnya *leverage* pada suatu perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* merupakan penggunaan sumber pembiayaan jangka panjang dan jangka pendek yang dilakukan oleh perusahaan. *Leverage* dapat memberikan suatu gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga dapat dilihat risiko tak tertaginya suatu hutang (Roosiana dan Maswar, 2016). Ketika *leverage* atau hutang yang dimiliki suatu perusahaan semakin tinggi, maka kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya terhadap pemegang saham semakin kecil dan akan berakibat pada penilaian investor yang buruk sehingga berdampak pada nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Roosiana Ayu Indah Sari dan Maswar Patuh Priyadi (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukma Mindra dan Teguh Erawati (2014) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang terakhir yaitu kepemilikan manajerial. Menurut Pujiati dan Widanar (2009:73) kepemilikan manajerial merupakan proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Kepemilikan manajerial adalah persentase suara yang berkaitan dengan saham dan option yang dimiliki oleh manajer dan komisaris suatu perusahaan. Kepemilikan manajerial merupakan salah satu cara untuk mengurangi masalah keagenan, hal ini dikarenakan kepemilikan manajerial merupakan alat pengawasan terhadap kinerja manajer yang bersifat internal. Konflik keagenan terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi yang menyebabkan penambahan biaya bagi perusahaan sehingga membuat keuntungan perusahaan mengalami penurunan yang berpengaruh terhadap harga saham, dan dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Sehingga dengan peningkatan kepemilikan manajerial maka perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Anita dan Arif Yulianto (2016) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian Candra Pami Hemastuti dan Suwardi Bambang Hermanto (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan hasil dari beberapa penelitian diatas menunjukkan bahwa terjadi ketidakkonsistenan antara penelitian satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu dapat memberikan motivasi kembali untuk melakukan penelitian ulang agar mendapatkan hasil yang terbaru dan bisa menunjukkan apakah variabel tersebut diatas berpengaruh ataupun tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Atas dasar hal tersebut, peneliti memutuskan untuk menggunakan judul **“PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE*”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa rumusan masalah yang akan menjadi pokok bahasan sebagai berikut:

1. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil dari rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian maka adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai kebijakan dividen, ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga dapat menerapkannya di dunia pekerjaan.

2. Bagi Pembaca

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan, manfaat, gambaran serta dapat dijadikan referensi dan dasar untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kebijakan dividen, ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, memberikan manfaat dan sebagai referensi ilmiah untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan variabel-variabel sejenis, serta penelitian ini dapat menambah koleksi di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya. Semoga penelitian ini dapat menjadi bermanfaat untuk banyak pihak.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah penyusunan penelitian yang dilakukan, maka penulis membuat susunan sistematika penulisan yang berisi tentang informasi mengenai materi dari tiap-tiap bab yang akan dibahas. Berikut uraiannya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah yang akan dilakukan, perumusan masalah yang diangkat, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematikan penulisan skripsi yang akan disajikan pada bab ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan dan menjadi pembanding dengan penelitian ini. Menjelaskan mengenai kerangka pemikiran secara singkat.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, populasi, sampel, variabel dan teknik dalam pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian serta dugaan-dugaan tentang penelitian. Serta akan dijelaskan mengenai teknik analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA

Dalam bab ini menjelaskan gambaran subjek penelitian, analisis data yang meliputi uji deskriptif setiap variabel, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas), uji model regresi berganda, dan yang terakhir uji hipotesis (uji F, koefisien determinasi, dan uji t).

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari analisis data, keterbatasan, dan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya.