

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdirinya perusahaan mempunyai tujuan yang jelas yaitu mendapatkan keuntungan yang maksimal, memakmurkan pemilik perusahaan dan mengoptimalkan nilai perusahaan yang dapat dihitung dari harga sahamnya. Penelitian ini ingin mengfokuskan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena negara berkembang seperti Indonesia ini, pasar modal memiliki peran yang sangat penting bagi kemajuan perekonomian negara. Perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* karena saham tersebut tahan dengan krisis moneter atau ekonomi dibandingkan dengan sektor lain dalam kondisi apapun baik krisis maupun tidak krisis dan paling banyak dibutuhkan untuk kebutuhan sehari-hari serta salah satu sektor yang tidak mengenal musim, sekalipun di tengah melemahnya daya beli masyarakat. Produk *food and beverage* menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat seluruh Indonesia.

Berdasarkan informasi yang didapat dari DetikFinance.com, Jakarta pada tanggal 1 November 2017 bahwa Badan Pusat Statistika (BPS) mencatat pertumbuhan industri manufaktur besar dan sedang pada kuartal III-2017 sebesar 5,51% dari periode yang sama di tahun sebelumnya. Kontribusi yang paling besar untuk pertumbuhan industri manufaktur berasal dari sektor makanan dan minuman *share*-nya 28% atau tumbuh sekitar 9.43% dan di mikro *share*-nya 27%.

Industri manufaktur di kuartal III-2017 yang sebesar 5,51% didukung oleh industri logam dasar yang naik 11,97% meskipun persinya 0,28%. Beberapa industri yang mengalami penurunan adalah industri komputer, barang elektronik dan optik - 1,78%, lalu industri kertas dan barang dari kertas -2,73% dan industri pengolahan lainnya -4,88% (<http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3709189/ditopang-sektor-makanan-industri-manufaktur-tumbuh-551>).

Informasi diatas menjelaskan adanya pertumbuhan industri manufaktur yang didukung oleh sektor *food and beverage* yang dapat mencerminkan kinerja perusahaan baik. Perusahaan *food and beverage* sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga prospek perusahaan dapat menguntungkan baik dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang. Perusahaan yang mempunyai prospek yang baik akan semakin banyak diminati investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya harga saham dan meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui suatu proses kegiatan perusahaan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan pertama kali didirikan hingga sampai saat ini (Noerirawan, 2012). Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena nilai perusahaan dapat menentukan kondisi perusahaan yang baik dan kinerja keuangan bisnis serta mendukung kepentingan investor dalam berinvestasi. Nilai perusahaan tercemin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2011: 7).

Nilai saham yang diindikasikan dengan *price to book value (PBV)* yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan atau menjadi tujuan perusahaan pada saat ini sebab dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Nilai perusahaan dilihat dari *Price to Book Value (PBV)* merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham dimana nilai buku diperoleh dari total ekuitas terhadap jumlah saham yang beredar (Umi, dkk 2012). Berdasarkan perbandingan tersebut maka dapat diketahui apakah harga saham berada diatas atau di bawah nilai buku. *Price to Book Value (PBV)* yang tinggi akan membuat investor percaya atas prospek suatu perusahaan ke depan.

Berdasarkan informasi yang didapat dari Kompas.com pada tanggal 3 November 2017 menjelaskan bahwa dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, kenaikan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia merupakan yang tertinggi di antara bursa-bursa di seluruh dunia kenaikannya sebesar 227,60 persen. Jumlah investor baru terus bertambah dan berkontribusi 54,2 persen terhadap kenaikan transaksi saham harian sepanjang 2017 dengan 22,6 persen diantaranya merupakan kontribusi para investor individu indonesia. Selain itu berdasarkan informasi yang didapat dari Bareksa.com pada tanggal 20 Desember 2017 mejelaskan bahwa harga saham PT *Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)* pada perdagangan 19 Desember 2017 menguat 2 persen ke level Rp7.650 per saham.

Saham INDF ditransaksikan 2.695 kali dengan nilai transaksi Rp 119,69 miliar. Pergerakan saham *Indofood* terlihat mulai cenderung menguat dilevel Rp 7.672 persaham. Indikator volume mulai mengalami peningkatan yang

mengindikasikan adanya pembelian. Investor asing tercatat melakukan pembelian pada saham INDF senilai Rp 176,59 miliar (<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/03/221703226/kenaikan-indeks-harga-saham-di-bursa-efek-indonesia-tertinggi-di-dunia>). Berdasarkan informasi diatas dengan adanya peningkatan harga saham atrinya perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Guna meningkatkan nilai perusahaan sebaiknya perusahaan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan deviden, *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan struktur modal.

Faktor yang pertama yaitu kebijakan deviden dapat di hubungkan dengan nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2011:199) pengertian kebijakan deviden yang optimal (*optimal dividend policy*) adalah kebijakan deviden yang menciptakan keseimbangan di antara deviden saat ini dan pertumbuhan di masa mendatang sehingga memaksimumkan harga saham perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat mendapatkan laba yang tinggi dan harga saham yang stabil dan meningkat. Total pengembalian (*return*) kepada pemegang saham selama waktu tertentu terdiri dari peningkatan harga saham di tambah deviden yang di terima (Dwita, 2013). Jika perusahaan menetapkan deviden yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya maka return yang di peroleh investor akan semakin tinggi.

Berdasarkan informasi yang didapat dari Liputan6.com, Jakarta Agustina Melani pada 05 Juni 2017, 10:30 WIB- PT. *Indofood* Sukses Makmur Tbk (INDF) membagikan deviden untuk tahun buku 2016 sebesar Rp 235 per saham. Dividen tersebut termasuk tertinggi bila dilihat dari periode 2010-2016.

Pembagian dividen 2016 itu telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) PT. *Indofood Sukses Makmur Tbk* pada Jumat 2 Juni 2017. Perseroan akan membayarkan dividen Rp 235 per saham pada 6 Juli 2017. Bila melihat jumlah dividen yang dibagikan, dividen 2016 termasuk tertinggi dari periode 2010. Mengutip website perseroan, dividen perseroan pada 2015 sebesar Rp 168 per saham, dan rasio payout-nya sebesar 50 persen. Selain itu, dividen untuk tahun buku 2014 sebesar Rp 220 per saham, dividen 2013 sebesar Rp 142 per saham, dividen untuk tahun buku 2012 sebesar Rp 175 per saham, dividen 2011 sebesar Rp 133 per saham, dan dividen untuk tahun buku 2010 sebesar Rp 93 per saham (<http://www.liputan6.com/bisnis/read/297816/indofood-bagi-dividen-2016-235-per-saham>).

Kenaikan dividen 2016 itu juga ditopang dari kinerja PT. *Indofood Sukses Makmur, Tbk* yang positif pada 2016. Tercatat laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan ke pemilik entitas induk tumbuh 39,6 persen pada 2016. Dari fenomena tersebut dapat dilihat bahwa dengan adanya peningkatan dividen dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yang semakin baik dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Menurut penelitian Umi, dkk (2012) dan Dwita (2013) bahwa kebijakan deviden memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Rofiqotus dan Akhmad (2016) kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang kedua yaitu *Corporate Sociaial Responsibility (CSR)*. Pada era globalisasi ini, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada nilai perusahaan dalam kondisi keuangan saja. Tanggung jawab

perusahaan harus berpijak tidak hanya *Profit* namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan sehingga perusahaan harus seimbang dalam kegiatan sosial, ekonomi dan lingkungan (Cecelia, 2015). Hal ini di karenakan kondisi keuangan saja tidak menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan sehingga perusahaan perlu untuk melaksanakan *CSR* dengan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan serta bertindak sesuai dengan harapan masyarakat. Pemikiran yang mendasari *CSR* sering dianggap inti dari etika bisnis bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan kepada *shareholder* tetapi juga kepada *stakeholders* yang jangkauannya meliputi pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor (Hartojo dan Jo, 2011).

Penelitian Komang (2013) pada hasil pengujian statistis menemukan bahwa *CSR* berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hartojo dan Jo (2011). Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya pengungkapan *CSR* oleh perusahaan, maka investor akan memberikan respon yang positif sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut dan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang di lakukan oleh Cecelia, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa *CSR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan pada penelitian yang di lakukan oleh Servaes dan Tamayo (2013) menunjukkan hasil bahwa *CSR* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan karena

investor di Indonesia cenderung membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Faktor yang ketiga yaitu ukuran perusahaan. Menurut Riyanto (2011: 318) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Perusahaan yang memiliki total aset dengan jumlah besar akan lebih banyak mendapat perhatian investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya, serta pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menghadapi guncangan ekonomi biasanya yang lebih kokoh berdiri adalah perusahaan besar, meskipun tidak menutup kemungkinan di alamnya kebangkrutan, sehingga investor akan lebih cenderung menyukai perusahaan berukuran besar dari pada perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan juga dapat dilihat dari seberapa banyak persediaan perusahaan, jika perusahaan dapat menjual persediaan secara cepat akan berdampak pada laba perusahaan yang tinggi sehingga perusahaan dapat beroperasi dengan baik. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bhekti (2013), hasil penelitian ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Cecelia, dkk (2015) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Ary (2013) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rofiqotus dan Akhmad (2016) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Faktor yang terakhir adalah struktur modal. Menurut Riyanto (2011:62) struktur modal perusahaan menggambarkan perbandingan antara jumlah utang dan modal ekuitas yang digunakan oleh perusahaan. Manajer harus berhati-hati mengambil keputusan pendanaan bagi perusahaan yang berkaitan dengan penentuan struktur modal, karena keputusan ini dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan pada akhirnya berpengaruh terhadap pencapaian tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Struktur modal perusahaan penting untuk diperhatikan karena baik atau tidaknya struktur modal yang di rencanakan akan berpengaruh langsung terhadap posisi keuangan perusahaan yang selanjutnya juga akan mempengaruhi pada nilai perusahaan. Hubungan struktur modal dengan nilai perusahaan telah banyak diteliti dan memberikan hasil yang berbeda, diantaranya adalah pada penelitian Ayu dan Ary (2013) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif pada nilai perusahaan sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Shelly, dkk (2015) menyatakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ketidakkonsisten dari hasil beberapa penelitian di atas memberikan motivasi bagi peneliti untuk meneliti kembali “pengaruh kebijakan deviden, *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan” pada dimensi waktu yang berbeda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi investor dalam berinvestasi dan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta

sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja keuangan dimasa mendatang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia?
2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia?
3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia?
4. Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan yang disebutkan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk :

- 1) Menguji pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia.
- 2) Menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia.
- 3) Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia

- 4) Menguji pengaruh Struktur modal terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Mafaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pemahaman mengenai kebijakan deviden, CSR, ukuran perusahaan, struktur modal terhadap nilai perusahaan
2. Bagi peneliti lainnya, diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan dasar pengembangan penelitian selanjutnya yang bersifat sejenis.
3. Bagi manajemen perusahaan, diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan.
4. Bagi investor, penelitian dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk menjabarkan atau menjelaskan sebuah tujuan kepada pembaca sehingga mereka memperoleh pemahaman mengenai tujuan tersebut secara lebih mendetail yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pembahasan secara garis besar mengenai latar belakang yang melandasi pemikiran atas penelitian, apa saja masalah yang dapat dirumuskan, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang ingin di capai dan sistematika yang digunakan dalam penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu yang sejenis yang pernah dilakukan secara teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti, kerangka pemikiran, serta hipotesis dari penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBAR SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini memuat tentang gambaran subyek penelitian, memaparkan analisis data dan pembahasan yang berisi penjelasan hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan yang didapat berupa jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis serta memberikan saran untuk peneliti selanjutnya.