

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini juga diikuti dengan perkembangan usaha yang sangat pesat. Kemajuan teknologi dapat membuat wajah industri berubah. Hal ini dapat dilihat dari datangnya teknologi terbaru akan mendorong pemilik usaha untuk melakukan inovasi agar dapat mempercepat pengembangan industri. Para pemilik usaha juga diharapkan untuk menyusun strategi-strategi transformasi dan inovasi yang disesuaikan dengan era digital saat ini. Penyusunan strategi diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga mampu mempertahankan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang sangat sengit.

Dalam melaksanakan strategi untuk memenangkan persaingan, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh perusahaan seperti kebutuhan pendanaan. Penambahan modal dari pihak ketiga hanyalah solusi sementara karena adanya keterbatasan dari pihak tersebut untuk menyuntikkan dana seiring dengan semakin berkembangnya perusahaan. Hal ini menjadi salah satu faktor perusahaan untuk masuk ke Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *go public*. Pasar modal memberikan bantuan dalam hal pendanaan dengan cara mengubah status dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka melalui penawaran saham kepada publik (*go public*) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Sehingga

dengan dilakukannya *go public* mendapatkan banyak manfaat seperti memperoleh sumber pendanaan baru, memberikan keunggulan kompetitif untuk pengembangan usaha, melakukan merger atau akuisisi dengan melalui penerbitan saham baru, *going concern*, meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan (Indonesia, 2015).

Perusahaan berdiri diharapkan dapat mempertahankan kelangsungan usaha, berkembang dan dapat bertahan untuk jangka waktu yang panjang. Adapun tujuan untuk mencapai keuntungan yang maksimal, memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham, dan memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Novari dan Lestari (2016), nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan juga menunjukkan apakah perusahaan tersebut layak untuk dijadikan investasi. Karena jika nilai perusahaan semakin tidak baik maka pemegang saham justru akan enggan untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, nilai perusahaan sangat mempengaruhi keputusan investasi yang diambil oleh para pengambil keputusan. Para investor lebih senang jika menanamkan modalnya di perusahaan yang memiliki nilai yang baik karena perusahaan tersebut dapat bertahan dalam jangka yang panjang.

Perusahaan diharapkan mampu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka layak sebagai alternatif investasi. Jika perusahaan tidak mampu memberikan sinyal positif tentang nilai perusahaan maka nilai perusahaan akan berada di atas atau di bawah nilai

yang sebenarnya. Nilai perusahaan juga dapat mempengaruhi pandangan salah satunya bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang lebih tinggi akan berdampak pada persepsi calon investor yang dapat mempengaruhi mereka untuk lebih percaya diri dan percaya pada prospek perusahaan. Perusahaan yang baik dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan yang bijak dapat berdampak kepada nilai perusahaan (Purwohandoko, 2017).

Pernyataan-pernyataan di atas juga sesuai dengan Q.S. Al-Ahqaaf ayat 19 yang berbunyi:

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٌ مِّمَّا عَمِلُوا ۖ وَيُؤْتِيهِمْ أَعْمَالَهُمْ ۖ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: “Dan bagi masing-masing” mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan” berdasarkan dari uraian ayat di atas Allah pasti akan membalas apa yang telah mereka kerjakan. Jika seseorang melakukan pekerjaan dengan baik dan menunjukkan kinerja yang baik, begitu pula organisasi dan institusinya akan mendapatkan hasil yang baik juga serta memberikan keuntungan.

Palupi dan Hendiarso (2018), jika investor ingin berinvestasi di dalam suatu perusahaan perlu dihitung nilai perusahaannya karena nilai perusahaan mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan. Nilai

perusahaan sangat mempengaruhi keputusan investasi yang diambil oleh para pengambil keputusan, nilai perusahaan yang tidak baik mengakibatkan pemegang saham akan enggan untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Diani (2016), investor yang sudah memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan maka investor akan tertarik berinvestasi dan memberi dampak kepada harga saham perusahaan mengalami peningkatan. Perusahaan bertujuan mensejahterakan pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Apriada dan Suardikha, 2016).

Fenomena saat ini beberapa perusahaan properti dan *real estate* yang mengalami penurunan harga saham akibat masalah likuiditas keuangan. *Moody's Investor Service* mengamati masalah likuiditas yang dihadapi perusahaan pada grup ini (khususnya yang di sektor properti dan bisnis retail) dalam membayar utangnya. Dalam kurun lima tahun terakhir, nilai penjualan keenam perusahaan Grup Lippo mengalami penurunan. LPCK, MLPL, dan MPPA mencatatkan pertumbuhan penjualan yang negatif pada tahun 2017. LPCK membukukan laba bersih Rp 366,8 miliar pada tahun 2017 atau merosot 32% dibandingkan tahun 2016. Sedangkan laba bersih LPKR tahun 2017 sebesar Rp 715,3 miliar atau turun 18,8%. Merosotnya penjualan tersebut berdampak langsung terhadap laba bersih perusahaan. Menyusutnya pendapatan dan laba bersih sejumlah perusahaan tersebut masih diperburuk oleh beban utang yang tinggi.

Akibatnya, kemampuan perusahaan membayar utang melalui hasil pendapatan operasionalnya semakin melemah (Katadata, 2018).

Menurut Hidayah (2015), nilai perusahaan menunjukkan informasi keuangan masa lalu dan laporan laba rugi untuk menilai laba perusahaan yang diperoleh dari tahun ke tahun serta dapat menilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan dan nilai investasi perusahaan yang akan dikeluarkan dimasa mendatang. Perusahaan yang baik dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan yang bijak dapat berdampak kepada nilai perusahaan. Dalam pengelolaan keuangan, keputusan penting yang diambil oleh perusahaan antara lain kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas yang berujung pada meningkatnya harga saham. Peningkatan harga saham mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.

Pada peneliti-peneliti sebelumnya terdapat hasil yang tidak konsisten, yaitu pada faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Diantaranya terjadi pada penelitian Syardiana, Rodoni, dan Putri (2015) menunjukkan hasil bahwa *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Abidin, Yusniar, dan Ziyad (2014), menunjukkan hasil bahwa hutang (*leverage*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbedadengan Novari dan Lestari (2016) yang membuktikan utang (*leverage*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika profitabilitas perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Novari

dan Lestari (2016) mendapat hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Palupi dan Hendrianto (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Normayanti (2017), kebijakan dividen tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Palupi dan Hendrianto (2018) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan.

Adanya inkonsistensi hasil pada penelitian-penelitian terdahulu dan adanya fenomena, maka perlu diteliti lebih lanjut tentang pengaruh profitabilitas, *Investment Opportunity Set* (IOS), *leverage*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini adalah penelitian replikasi ekstensi dari penelitian sebelumnya, Pada penelitian ini menambahkan periode penelitian pada tahun 2014-2018. Karena penelitian sebelumnya menggunakan periode penelitian pada tahun 2012-2014, selain mengembangkan periode peneliti mengembangkan variabel independen yaitu kebijakan dividen dan *Investment Opportunity Set* (IOS).

B. Batasan Masalah Penelitian

Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Periode yang digunakan pada penelitian ini adalah tahun 2014-2018.
2. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dengan menggunakan proksi *Return On Assets (ROA)*, *Investment Opportunity Set (IOS)* menggunakan proksi *Market to Book Value Asset (MBVA)*, *Market to Book Value Equity (MBVE)*, *Plant, and Equipment*

to Firm Value (PPMVA), *leverage* menggunakan proksi *Debt to Equity Ratio (DER)*, dan kebijakan dividen menggunakan proksi *Dividend Payout Ratio (DPR)* terhadap nilai perusahaan yang dapat menggunakan proksi *tobin's Q* pada sub sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa variabel independen yaitu profitabilitas, *Investment Opportunity Set (IOS)*, *leverage*, dan kebijakan dividen serta variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *Investment Opportunity Set (IOS)* terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Investment Opportunity Set (IOS)* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, yaitu sebagai referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis maupun memperdalam penelitian ini.
2. Manfaat praktis, yaitu sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajerial perusahaan dalam mengambil keputusan dalam meningkatkan nilai perusahaan.