

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan harus semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai (Salvatore, 2011). Tujuan utama perusahaan yang berorientasi pada laba salah satunya dapat meningkatkan *firm value* dan tentunya dapat mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham.

Firm Value merupakan pandangan investor terhadap kinerja keuangan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. *firm value* tinggi jika harga saham juga tinggi, harga saham yang tinggi akan menunjukkan tingkat kesejahteraan pada pemegang saham. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang optimum dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan tujuan jangka panjang adalah dengan memaksimalkan *firm value* (Brigham and Erdhadt, 2005). Menurut Suharli (Khumairoh, 2016) Bagi perusahaan yang masih bersifat *private* atau belum *go public firm value* ditetapkan oleh lembaga penilai atau *appraisal company*. Bagi perusahaan yang baru akan *go public firm value* dapat diindikasikan dari jumlah variabel yang melekat pada perusahaan tersebut. Misalnya saja asset yang dimiliki perusahaan dan keahlian manajemen dalam mengelola perusahaan.

Tujuan perusahaan bisa diraih jika menerapkan fungsi manajemen keuangan yang mencakup fungsi pencarian dana dan belanja dana. Sementara itu, ada tiga keputusan keuangan yang wajib diambil oleh seorang manajer keuangan: Investasi, pembiayaan, dan dividen. Perbaikan *firm value* sangat tergantung pada seberapa optimal keputusan ini diterapkan, Bishop (Juhandi, dkk. 2013). Keputusan ini tentu saja terjalin jika *firm value* yang optimum dapat dicapai melalui penerapan fungsi manajemen keuangan. Hal ini karena satu keputusan keuangan akan berdampak pada keputusan keuangan lainnya dan oleh karena itu akan mempengaruhi *firm value* menurut Fama and French (Juhandi, dkk. 2013).

Namun, terkadang perusahaan tidak berhasil untuk meningkatkan *firm value*. Hal ini dikarenakan ketika pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Ketika pemegang saham mempercayakan pengelolaannya kepada pihak lain, maka para pemilik mengharapkan pihak manajemen akan berjuang sekuat tenaga untuk meningkatkan *firm value*, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai kemakmuran bagi para pemegang saham. Jensen and Meckling (Suffah dan Riduwan, 2016) *agency theory* menyatakan berbeda, pihak manajemen bisa saja bertindak atas kepentingan dirinya sendiri. Oleh karena itu terjadilah konflik antara pemegang saham dan pihak manajemen. Ketidakberhasilan tersebut juga dapat dikarenakan tidak cermatnya pihak manajemen mengrealisasikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan *firm value*. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan.

Faktor eksternal yang dapat memaksimalkan *firm value* seperti tingkat bunga dan keadaan pasar modal. Misalnya saja keadaan krisis ekonomi yang

terjadi tahun 1999 di Indonesia yang mengakibatkan tidak lakunya saham di bursa efek. Tidak lakunya saham suatu perusahaan dapat mengakibatkan turunnya *firm value* bagi perusahaan yang telah *go public* menurut Rahmawati (Suffah dan Riduwan, 2016). Faktor internal yang dapat memaksimalkan *firm value* seperti *firm size*, *profitability*, *dividend policy*, *investment opportunity set*, dan *Corporate Social Responsibility*. Variabel-variabel dalam faktor internal tersebut dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Profitability bisa dijadikan indikator dalam menilai suatu perusahaan. Besar kecilnya suatu nilai ukuran *profitability* bisa memberikan dampak langsung bagi perusahaan karena akan berpengaruh bagi calon investor apakah mereka akan menanamkan modalnya atau tidak di perusahaan tersebut. Hal ini juga mencerminkan bahwa profitabilitas yang tinggi mampu meningkatkan harga saham perusahaan, dengan naiknya harga saham maka nilai perusahaan akan ikut naik (Sartono,2010).

Leverage adalah pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) merupakan rasio utang atau bisa disebut dengan rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasikan, baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang (Munawir,2007).

Firm Size merupakan salah satu faktor yang menjadi tolak ukur suatu perusahaan apakah berada dalam skala besar maupun skala kecil. Perusahaan yang berada pada skala besar dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut sedang

mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. *Firm value* yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami peningkatan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan (Khumairoh, 2016).

Dividend Policy merupakan keputusan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan apakah laba yang didapatkan akan dibagikan kepada pemegang saham atau ditahan sebagai laba ditahan. Pembagian dividen yang dilakukan perusahaan dianggap menjadi sinyal positif oleh para investor untuk menanamkan modal, karena investor lebih suka pada return yang pasti pada investasinya. Perusahaan yang membagikan dividen akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya. Banyaknya investor yang membeli saham maka akan menaikkan harga saham sehingga hal ini juga meningkatkan *firm value* (Suffah dan Riduwan, 2010). Myers (Hasnawati, 2005) memperkenalkan *Investment Opportunity Set* (IOS) dalam kaitannya untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurutnya IOS memberikan sebuah petunjuk yang lebih luas dimana *firm value* sebagai tujuan utama tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa datang dengan nilai/*return* sebagai hasil dari keputusan investasi untuk menghasilkan *firm value*.

Corporate Social Responsibility merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan disekitar perusahaan. Perkembangan CSR ini terkait semakin banyaknya masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan yang aktivitasnya terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR, hal itu

termuat dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Utama, 2007). Oleh karena itu CSR sangat berperan penting untuk meningkatkan *firm value*.

Telah banyak penelitian yang dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *firm value*, seperti penelitian yang dilakukan oleh Suffah dan Riduwan (2016) hasilnya menunjukkan bahwa *Profitability, Leverage, Dividend Policy* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khumairoh dkk. (2016) mengenai *Leverage* dan *Profitability* selaras dengan hasil dari penelitian Suffah dan Riduwan (2016) bahwa *Leverage* dan *Profitability* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*, dengan variabel bebas lainnya seperti *Firm Size* juga berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Penelitian ini juga didukung oleh hasil dari Rizqia dan Sumiati (2013) yang menyatakan bahwa *Firm Size* dan *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Bidhari (2013) ; Bayu dan Made (2015) mengenai *Corporate Social Responsibility* menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Firm Value*.

Namun terdapat penelitian yang hasilnya berbeda dengan Suffah dan Riduwan. 2016; Khumairoh dkk. 2016; Rizqia dan Sumiati. 2013; Bidhari,dkk. 2013 mengenai pengaruh dari *profitability, leverage, firm size, dividend policy, Investment Opportunity Set*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Meidiawati dan Mildawati (2016) bahwa *Profitability, Firm Size, Dividend Policy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value*. Faridah dan Kurnia (2016) juga berpendapat bahwa *Dividend Policy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value*. Selanjutnya

hasil penelitian Novari dan Lestari (2016) menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value*. Kemudian penelitian Syifa (2015) menyatakan bahwa *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value*. Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2013), Gusfarini Fauziah, dkk. (2016), Ganang Radityo dan Sugeng (2015) mengenai *Corporate Social Responsibility* menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value*.

Penelitian ini bertujuan menguji kembali faktor-faktor yang mempengaruhi *Firm Value*. Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suffah dan Riduwan (2016) mengenai pengaruh *profitability*, *leverage*, *firm size*, dan *dividend policy* terhadap *firm value*. Perbedaan dengan peneliti Suffah dan Riduwan (2016) adalah (1) Penambahkan variabel baru dari acuan kebaruan penelitian Rizqia dan Sumiati (2013) serta Bidhari, dkk (2013) yaitu *Investment Opportunity Set* dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen; (2) Penambahkan periode penelitian menjadi enam tahun yaitu 2011-2016. Sehingga penelitian semakin lebih efektif. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan yang tercatat dalam indeks LQ-45 dengan periode tahun 2011-2016.

1.2 Rumusan Masalah

Pemerintah Indonesia melalui Bursa Efek Indonesia sekarang ini sedang mengkampanyekan slogan Yuk Nabung Saham yang dimana sebagai masyarakat umum dan calon investor dengan mengetahui *firm value* diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna untuk memutuskan menjadi seorang investor

disektor keuangan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu merealisasikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan *firm value* khususnya pada faktor internal. Faktor internal yang dapat memaksimalkan atau mempengaruhi *firm value* pada penelitian ini adalah *Profitability* (Suffah dan Riduwan, 2016 ; Khumairoh, dkk, 2016 ; Meidiawati dan Mildawati, 2016), *Leverage* (Suffah dan Riduwan, 2016 ; Khumairoh, dkk, 2016 ; Novari dan Lestari, 2016), *Firm Size* (Novari dan Lestari, 2016 ; Suffah dan Riduwan, 2016 ; Khumairoh, dkk, 2016 ; Meidiawati dan Mildawati, 2016), *Dividend Policy* (Suffah dan Riduwan, 2016 ; Faridah dan Kurnia, 2016 ; Meidiawati dan Mildawati, 2016), *Investment Opportunity Set* (Faridah dan Kurnia, 2016 ; Syifa, 2015 ; Rizqia dan Sumiati, 2013), dan *Corporate Social Responsibility* (Bidhari, dkk, 2013 ; Wardhani, 2013 ; Bayu dan Made, 2015 ; Ganang Radityo dan Sugeng, 2015 ; Gusfarini Fauziah, dkk, 2016).

Pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan antara *Profitability*, *Leverage*, *Firm Size*, *Dividend Policy*, *Investment Opportunity Set* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value* sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan pendapat-pendapat tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka uraian permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Profitability* berpengaruh terhadap *Firm Value*?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Firm Value*?
3. Apakah *Firm Size* berpengaruh terhadap *Firm Value*?

4. Apakah *Dividend Policy* berpengaruh terhadap *Firm Value*?
5. Apakah *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh terhadap *Firm Value*?
6. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Firm Value*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris:

1. Pengaruh *Profitability* terhadap *Firm Value*?
2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Firm Value*?
3. Pengaruh *Firm Size* terhadap *Firm Value*?
4. Pengaruh *Devidend Policy* terhadap *Firm Value*?
5. Pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap *Firm Value*?
6. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Firm Value*?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap literatur Akuntansi Keuangan dan dapat dijadikan sebagai studi lanjutan yang relevan dan bahan kajian dalam menambah pengetahuan tentang

pengaruh dari *profitability, leverage, firm size, dividend policy, investment opportunity set, corporate social responsibility* terhadap *firm value*.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Bagi perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ-45, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk bisa meningkatkan *firm value*.
- Bagi BAPEPAM diharapkan bisa menjadi referensi dalam mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan *firm value*.
- Bagi investor, dengan adanya kajian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan pada saat melakukan investasi dengan melihat *firm value* dari perusahaan yang akan diinvestasikan.