

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perusahaan dalam perkembangan jangka panjangnya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2010 dalam Gusti, 2017).

Faktor yang menentukan nilai dari suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi tiga yaitu faktor internal, eksternal dan teknikal perusahaan. Faktor internal maupun eksternal merupakan faktor yang sering digunakan dalam pengambilan keputusan oleh investor sedangkan faktor teknikal lebih bersifat teknis dan psikologis (Sudiyatno, 2010 dalam Ni Made Intan Wulandari dan I Gusti Bagus Wiksuana, 2017). Penelitian ini menekankan pada perpaduan aspek Internal dan eksternal perusahaan yang dipandang penting dalam penentuan harga saham. Faktor internal dalam penelitian ini adalah : Keterbukaan informasi, Profitabilitas, dan Kesempatan Investasi, dan faktor eksternal dalam penelitian ini adalah : Persaingan pasar produk. keterbukaan informasi dapat dilihat sebagai mekanisme tata kelola internal yang meringankan konflik pokok-lembaga dan risiko informasi karena pemisahan manajer dan pemegang saham.

Ansori dan ardianto (2015) menemukan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingginya profitabilitas menunjukkan bahwa prospek yang baik bagi perusahaan, sehingga investor merespon hal ini menjadi sinyal positif dan akan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat tercermin dari harga sahamnya. Hal ini di dukung oleh Kusumajaya (2011) yang menyatakan profitabilitas yang tinggi merupakan sinyal positif bagi para investor yang ditunjukkan dengan meningkatnya harga saham yang menjadikan Nilai perusahaan juga meningkat.

Rosy (2013) yang didukung oleh Safitri (2015) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan tidak selalu membagikan laba mereka kepada para pemegang saham tetapi, mereka akan menggunakan laba tersebut untuk mengembangkan usaha dan melakukan ekspansi-ekspansi.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizqia, dkk (2013) yang didukung oleh pratiska (2013) menemukan bahwa Kesempatan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sudut pandang para investor dan pemilik perusahaan sangat dipengaruhi oleh keputusan investasi. Pengaruh kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan didasarkan pada signaling theory dimana investor akan menangkap sinyal positif dari perusahaan, sehingga perusahaan akan mendapat respon yang positif dari investor karena memiliki kesempatan investasi yang tinggi, karena lebih menjanjikan return di masa yang akan datang. Biasanya investor telah mengerti bahwa return yang tinggi pasti akan diikuti oleh resiko yang tinggi pula.

Penelitian yang dilakukan oleh Andina (2015) menemukan bahwa Kesempatan investasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan investor lebih memilih meningkatkan nilai perusahaan melalui hutang atau dividen dikarenakan kesempatan investasi adalah keuntungan dimasa yang akan datang yang belum bisa

diperkirakan dan memiliki resiko yang sangat besar sedangkan pendapatan-pendapatan melalui dividen dinilai memiliki resiko yang sangat kecil.

Penelitian yang dilakukan oleh Kung-ChengHo, et al (2016) menemukan bahwa tata kelola perusahaan dan persaingan pasar produk saja yang penting dalam nilai perusahaan. Namun, dampak dari informasi pada industri yang disesuaikan dengan Tobin's Q tergantung pada tingkat persaingan pasar produk yang dihadapi oleh perusahaan. Secara khusus, hubungan positif dan signifikan antara keterbukaan informasi dan nilai perusahaan hanya berlaku untuk perusahaan-perusahaan yang menghadapi persaingan kuat di pasar produk. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi dan persaingan pasar produk yang efektif dalam mengurangi masalah keagenan dan mereka saling melengkapi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan Sloan (2001) dalam Kung-ChengHo, et al (2016) yang menunjukkan bahwa kedua informasi akuntansi keuangan dan tata kelola bantuan corporate meringankan masalah agensi yang timbul dari pemisahan manajer dan pemodal.

Penelitian yang dilakukan oleh Partha dan Noviri (2016) menemukan bahwa Keterbukaan informasi bermanfaat dalam mempermudah para investor dalam mengakses informasi sehingga dapat mencegah manajer dalam menghindari pembayaran pajak. Informasi yang transparan juga dapat meminimumkan resiko atas deteksi penghindaran pajak dan asimetri informasi, hal ini dapat meningkatkan persepsi para investor yang dapat dilihat dari kenaikan harga sahamnya.

Penelitian yang menguji pengaruh keterbukaan informasi, persaingan pasar produk, profitabilitas, dan kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan masih tidak konsisten. Dengan demikian terdapat gap riset hubungan Keterbukaan informasi, persaingan pasar produk, profitabilitas, dan kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan. Model ini mengembangkan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan dalam penelitian ini adalah dengan menambahkan variabel baru, yaitu : keterbukaan informasi dan persaingan pasar

produk terhadap nilai perusahaan. Variabel dalam penelitian ini adalah : profitabilitas, keterbukaan informasi, dan persaingan pasar produk sebagai variabel independen, serta kesempatan investasi sebagai variabel intervening, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Tingkat pertumbuhan perusahaan manufaktur dalam pasar modal menjadi salah satu perhatian penting bagi investor. Berdasarkan laporan keuangan perusahaan, investor dapat melakukan analisis atas laporan keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan pengambilan keputusan bisnis dengan mengevaluasi informasi yang tersedia tentang situasi keuangan perusahaan, manajemen, strategi dan lingkungan bisnisnya. Investor memerlukan informasi keuangan perusahaan yang akurat dalam memperoleh gambaran tentang kondisi perusahaan secara menyeluruh. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan kinerjanya, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan pada penelitian ini dipengaruhi oleh Keterbukaan Informasi (Kung-ChengHo, et al,2016; Sloan,2001 ; Partha dan Noviari, 2016), Persaingan Pasar produk (Kung-ChengHo, et al, 2016), Profitabilitas (ansori dan ardianto, 2015 ; Rosy, 2013 ; Kusumajaya, 2011), dan Kesempatan Investasi (Rizqia, dkk, 2013 ; pratiska, 2013 ; Andina, 2015)

Pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan antara Keterbukaan Informasi, persaingan pasar produk, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan pendapat-pendapat tersebut. Selain itu penelitian ini meneliti Kesempatan investasi sebagai variabel intervening yang akan mempengaruhi variabel independen, yaitu profitabilitas terhadap variabel dependen.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh hubungan antara profitabilitas terhadap kesempatan investasi ?
2. Apakah ada pengaruh hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah ada pengaruh hubungan antara Kesempatan investasi terhadap Nilai Perusahaan ?
4. Apakah dengan keterbukaan informasi dapat meningkatkan Nilai perusahaan ?
5. Apakah dengan persaingan produk pasar dapat meningkatkan Nilai perusahaan ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh profitabilitas terhadap Kesempatan Investasi
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan
3. Pengaruh Kesempatan investasi terhadap Nilai perusahaan
4. Pengaruh Keterbukaan informasi terhadap Nilai perusahaan
5. Pengaruh persaingan pasar produk terhadap Nilai perusahaan

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Akademika

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dan menambah khazanah ilmu pengetahuan dibidang akuntansi keuangan, khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan Nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan wacana alternatif bagi praktisi penyelenggara perusahaan dan para pemakai laporan keuangan dalam memahami arti pentingnya keterbukaan informasi untuk memudahkan investor dalam menggali informasi tentang perusahaan melalui

laporan keuangan, serta memunculkan inovasi produk baru sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat menjadi media bagi investor untuk menilai, memahami dan menerima metode yang digunakan oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan perusahaan dengan melihat transparansi pelaporan perusahaan serta kinerja yang dilakukannya.

4. Bagi calon investor

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi para calon investor untuk memilih perusahaan yang tepat sebelum melakukan investasi.