

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan utama perusahaan manufaktur adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (*stockholder*), yang tercermin dari harga saham perusahaan. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik karena mampu meningkatkan nilai perusahaan, sebaliknya apabila kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun maka tentu akan menurunkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai pernyataan Salvatore (2005) dalam Randa dan Solon (2012) bahwa tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham guna mempengaruhi tingginya nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Husnan, 2012). Nilai perusahaan dapat mengidentifikasikan seberapa besar para investor bersedia dibayar untuk setiap keuntungan yang dilaporkan perusahaan, sehingga nilai perusahaan merupakan salah satu alat untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Begitu halnya dengan perusahaan manufaktur, bahwa dalam meningkatkan nilai perusahaan tidak lepas karena terjadinya konflik kepentingan antara manajer dan pihak *outsider* terkait dengan pemberian informasi yang asimetri. Asimetri

informasi merupakan kesenjangan informasi yang diperoleh *stakeholder* atas segala informasi keuangan dan non keuangan yang dimiliki perusahaan seperti kondisi perusahaan dan lain-lain. Dampak dengan konflik kepentingan dan asimetri informasi tentu akan mempengaruhi nilai perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada hasil trial terhadap nilai perusahaan berikut ini:

Tabel 1.1

Trial Nilai Perusahaan Manufaktur pada 20 Perusahaan

NO	NAMA PERUSAHAAN	Closing Price (Dalam Rupiah)				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Akasha Wira International	2,000	1,375	1,015	1,000	885
2	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	1,430	2,095	1,210	1,945	1,575
3	Argha Karya Prima Industry Tbk	810	830	875	900	725
4	Alkindo Naratama Tbk	660	735	735	600	600
5	Asahimas Flat Glass Tbk	7000	8050	6550	6700	6025
6	Asiaplast Industries Tbk	65	81	65	112	72
7	Astra Internasional Tbk	6,800	7,425	6,000	8,275	8,300
8	Astra Otoparts Tbk	3,650	4,200	1,600	2,050	2,060
9	Sepatu Bata Tbk	1,060	1,105	900	790	570
10	Indo Kordsa Tbk	2250	5000	4680	6675	7375
11	Berlina Tbk	455	705	730	1100	1240
12	Betonjaya Manunggal Tbk	550	540	435	126	113
13	Budi Acid Jaya Tbk	109	107	63	87	99
14	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	1160	750	675	1350	1290
15	Colorpak Indonesia Tbk	3,375	3,780	2,600	3,090	3,000
16	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	3,375	3,780	2,600	3,090	3,000
17	Citra Tubindo Tbk	4,500	5,300	5,225	5,200	4,850
18	Delta Djakarta Tbk	380,000	390,000	5,200	5,000	4,590
19	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	470	353	387	400	350
20	Darya Varia Laboratoria Tbk	2,200	1,690	1,300	1,755	1,760

Sumber : Bursa Efek Indonesia (ICMD), 2018

Berdasarkan nilai perusahaan yang diproksi melalui harga saham menunjukkan bahwa selama periode 2013 hingga 2017, harga saham pada masing-masing perusahaan kurang mengalami perkembangan yang signifikan,

seperti terjadinya penurunan dan kenaikan yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan kurang stabil. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya dengan hanya pada kinerja keuangan perusahaan yang dapat dilihat dari profitabilitasnya (Alarusi, et.al, 2018).

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, sebab profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Menurut Modigliani dan Miller (1998) menjelaskan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari asset perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi meningkatnya nilai perusahaan, diantaranya karena ukuran perusahaan dan rasio leverage (Dewi dan Wirajaya, 2014).

Ukuran perusahaan merupakan gambaran sebuah ukuran besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Wedari (2006) dalam Zulkarnaen (2013) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Hasil penelitian Alarussi dan Alhaderi (2018), Swagatika dan Panda (2018) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan penelitian Dewi (2016)

bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap profitabilitas. Hasil penelitian Purba dan Yadnya (2015) dan Prastuti dan Sudiarta (2016) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Setiadewi dan Purbawangsa (2017) dan Yuniasih, dkk (2012) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Rasio leverage termasuk kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal. *Leverage* menggambarkan penentuan berapa besarnya hutang akan digunakan perusahaan dalam mendanai aktivitya yang ditunjukkan oleh rasio antara total hutang dengan total aktiva. Menurut teori *agency* konflik yang potensial terjadi dalam perusahaan antara pemegang saham dan pemberi utang. Meningkatnya hasil utang, cenderung semakin besar risiko keuangannya bagi kreditor maupun pemegang saham sehingga akan menurunkan nilai perusahaan. Penelitian Dewi (2016), Alarussi dan Alhaderi (2018) dan Swagatika dan Panda (2018) bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, Sedangkan penelitian Suwardika dan Mustanda (2017) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil penelitian Puspita (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Purba dan Yadnya (2015), Prastuti dan Sudiarta (2016) dan Putri dan Kurnia (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa leverage berpengaruh positif dan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Utomo dan Chariri (2015) bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Nugroho (2012), Isshaq, et.al (2009), Himawan (2016), Soewarno, dkk (2017), Khumairoh, dkk (2017) leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas menunjukkan bahwa terjadi kontradiksi antara peneliti satu dengan lainnya. Untuk itu dalam penelitian ini akan menguji kembali dengan mengacu pada penelitian terdahulu yang hasilnya masih inkonsisten. Penelitian ini menggabungkan dari beberapa penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Kurnia (2017) dan Alarussi dan Alhaderi (2018). Hal yang membedakan dengan penelitian terdahulu terletak pada alat analisis yang digunakan, dimana pada penelitian terdahulu menggunakan alat analisis regresi linier berganda sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan path analysis.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul, “ PERAN PROFITABILITAS DALAM MEMEDIASI UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan yaitu bagaimana upaya yang dilakukan perusahaan agar nilai perusahaan dapat meningkat. Hal tersebut juga karena terjadinya kontradiksi antara penelitian satu dengan penelitian lainnya. Dengan permasalahan tersebut, maka pertanyaan penelitian :

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur di BEI?
2. Bagaimana pengaruh leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur di BEI?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI?

4. Bagaimana pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI?
5. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini adalah bertujuan untuk :

1. Menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur di BEI
2. Menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur di BEI
3. Menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI
4. Menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI
5. Menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat tercapai dalam penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen keuangan serta sebagai bahan penunjang untuk penelitian selanjutnya

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan sebaiknya berhati-hati dalam meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki dampak yang sangat luas, tidak hanya kinerja perusahaan tetapi kepercayaan masyarakat.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan, terkait dengan ukuran perusahaan dan leverage dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan dimediasi profitabilitas.

3) Bagi Pihak Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan yang dapat dijadikan acuan dalam pembuatan keputusan untuk berinvestasi.