

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Era globalisasi merupakan era dimana pertumbuhan dan perkembangan ekonomi semakin kuat dan variatif. Hal ini ditandai dengan adanya didirikannya sebuah perusahaan dan persaingan perusahaan yang semakin banyak dengan meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tercapai. Perusahaan merupakan sebuah lembaga organisasi yang mempunyai tujuan seperti memperoleh keuntungan yang maksimal dan mensejahterakan pemegang saham. Disisi lain ada risiko bagi perusahaan seperti adanya ketidakpastian yang menyebabkan kinerja suatu perusahaan menjadi lebih rendah dari apa yang di harapkan di masa yang akan datang. Sehingga perusahaan menuntut untuk mampu beradaptasi dan bisa membaca situasi yang terjadi agar terhindar dari kebangkrutan. Untuk mengantisipasi kebangkrutan tersebut, perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan dalam mengelola fungsi manajemen dengan baik. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston 2011:150).

Perusahaan tidak lepas dari seorang investor, investor merupakan orang yang telah menanamkan modalnya di perusahaan dengan tujuan untuk meraih keuntungan. Modal yang di tanam investor berupa saham perusahaan, investor

biasanya melakukan analisis teknis maupun analisis fundamental dan menentukan peluang investasi yang paling menguntungkan. Banyak indikator yang dapat digunakan investor untuk memilih perusahaan, salah satunya adalah dengan melihat nilai perusahaan. Nilai Perusahaan dapat dijadikan acuan para investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut, nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya, semakin tinggi harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan juga tinggi. Karena dengan tingginya harga saham, maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian kepada investor.

Tujuan suatu perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham, yang artinya memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka Panjang. Baiknya nilai perusahaan akan dipandang bagus dimata investor, karena akan mengundang niat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Tapi jika nilai perusahaan buruk, pandangan investor terhadap perusahaan tersebut juga akan buruk dan para investor enggan membeli saham perusahaan tersebut karenanya harga saham akan menjadi rendah. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham stabil yang dimiliki perusahaan dalam jangka panjang mengalami kenaikan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2009:7).

Tabel 1.1

Data Perkembangan *price earning ratio* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017

No	Nama Saham	Price Earning Ratio			
		2014	2015	2016	2017
1	Chitose Internasional Tbk	13.25	11.88	19.89	12.16
2	Delta Djakarta Tbk	24.71	21.86	18.45	14.58
3	H.M. Sampoerna Tbk	29.48	42.20	36.79	43.42
4	Mayora Indah Tbk	56.17	22.36	30.72	36.51
5	Indofood Sukses Makmur Tbk	14.67	15.31	16.11	16.06
6	Multi Bintang Indonesia Tbk	37.72	21.69	27.35	21.80
7	Gudang Garam Tbk	21.67	16.44	20.04	22.32
8	Kalbe Farma Tbk	43.27	30.87	31.28	33.39
9	Kino Indonesia Tbk	22.02	20.86	17.58	32.25
10	Unilever Indonesia Tbk	45.65	48.24	46.74	60.89

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat fenomena yang menunjukkan bahwa perusahaan CINT, DLTA, HMSP, MYOR, INDF, MLBI, GGRM, KLBF, KINO, UNVR pada tahun 2014 sampai 2017 mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, hal tersebut akan berdampak pada pandangan investor karena jika *price earning ratio* berubah-ubah maka harga saham berubah-ubah, kalau harga saham berubah-ubah maka nilai perusahaan berubah-ubah. Oleh karena itu, menarik untuk diteliti apa yang mempengaruhi berubahnya nilai perusahaan. Terdapat berbagai faktor

yang berpengaruh terhadap harga saham diantaranya leverage, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen (Sartono 2008:9).

Menurut Handoyo Mardiyanto (2008) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu terdiri dari faktor perusahaan (Keputusan pendanaan, keputusan Investasi, kebijakan dividen), dan faktor investor (pendapatan dan tingkat bunga).

Menurut Weston and Copeland (1996:53) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu leverage, profitabilitas dan kebijakan dividen.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage, Leverage adalah penggunaan aktiva dan sumber yang diperoleh dari perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sjahrial, 2009:147). Leverage memiliki peran dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan yang mempunyai leverage tinggi dipandang dari dua sisi. Sisi positifnya adalah perusahaan tersebut sedang mengembangkan kegiatan usahanya, sedangkan sisi negatifnya yaitu perusahaan tersebut berusaha untuk menutupi kekurangan dan operasional yang dimilikinya atau sedang mengalami kesulitan keuangan. Hal ini menyebabkan persepsi investor tentang perusahaan tersebut menjadi berbeda. Dalam teori signal menyatakan bahwa tingkat penggunaan hutang (DER) mempunyai respon positif terhadap nilai perusahaan, bahwa semakin tinggi tingkat hutang (DER) yang di laporkan oleh perusahaan maka akan tinggi pula nilai perusahaan. Karena pasar menganggap bahwa perusahaan yang memiliki

tingkat hutang tinggi mempunyai prospek yang bagus dimasa yang akan datang. Meskipun begitu, bukan berarti perusahaan dapat menentukan proporsi hutang setinggi-tingginya, karena hutang yang semakin besar akan mengakibatkan risiko yang besar pula. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rizqia et al., 2013) menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena jika leverage naik atau bertambah maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan. Berbeda dengan penelitian (Fama dan French 1998) berpendapat bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena jika kredit yang terlalu banyak akan menyebabkan kegagalan pada perusahaan karena tidak mampu membayar kredit.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran dari sebuah perusahaan juga ikut menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari besar kecilnya sebuah perusahaan yang terlihat dari total aktiva yang dimiliki. Perusahaan dengan ukuran besar mempunyai kualitas kinerja yang baik dan keuangan perusahaan relatif stabil. Selain itu, investor juga akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Sehingga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan lebih mudah baik dari hutang maupun melalui penjualan saham. Adanya kecukupan modal yang tersedia menjadikan perusahaan mampu memaksimalkan kinerja. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum akan meningkatkan harga saham dari perusahaan (Pantow et al. 2015:962). Dengan asset yang banyak dan dikelola dengan baik, akan menghasilkan hasil

yang baik dan dapat meningkatkan laba. Laba naik, maka investor akan tertarik terhadap perusahaan dengan membeli saham. Sehingga harga saham naik dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati dan Hanung Triatmoko 2007) berpendapat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena besar kecilnya perusahaan mencerminkan baiknya nilai perusahaan bagi investor. Berbeda dengan penelitian Putri Prihatin Ningsih dan Iin Indarti (2012) (Siallagan dan M Machfoedz 2006) berpendapat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena bahwa investor tidak lagi melihat ukuran perusahaan sebagai sebuah keuntungan bahwa perusahaan dalam keadaan baik.

Selanjutnya faktor ke tiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen. Kebijakan dividen merupakan salah satu fungsi seorang manajer keuangan yang terkait langsung dengan para pemegang saham dengan membagikan laba dalam bentuk dividen atau menahannya dalam bentuk laba ditahan (Husnan,2006). Kebijakan dividen yang optimal mampu menciptakan keseimbangan diantara dividen saat ini dan pertumbuhan dimasa yang akan datang sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Dalam signaling Theory, kenaikan dividend Payout Ratio (DPR) merupakan suatu sinyal bagi investor bahwa manajemen suatu perusahaan meramalkan suatu penghasilan yang lebih baik, sebaliknya penurunan DPR diyakini bahwa perusahaan mengalami kerugian di masa mendatang. Menurut sholikhatus (2013) pembayaran dividen diikuti dengan kenaikan harga saham. Kenaikan pembayaran dividen dilihat sebagai sinyal para investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan mereka

tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut. Ketertarikan tersebut berpengaruh terhadap naiknya permintaan saham, sehingga nilai perusahaan akan naik.

Meskipun penelitian terkait dengan nilai perusahaan sudah banyak dilakukan, tetapi masih terdapat hasil yang bertentangan (research gap). Oleh karena itu, kami ingin meneliti kembali untuk memperoleh hasil yang sebenarnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh leverage terhadap kebijakan dividen?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen?
3. Bagaimana pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
5. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh leverage terhadap kebijakan dividen.
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen.
3. Untuk menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, dari penelitian ini adalah mengembangkan mata kuliah Manajemen khususnya manajemen keuangan tentang peningkatan nilai perusahaan.

### 2) Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan dan pedoman bagi para investor untuk memaksimalkan nilai perusahaan sebagai tujuan utama perusahaan