

# BAB I

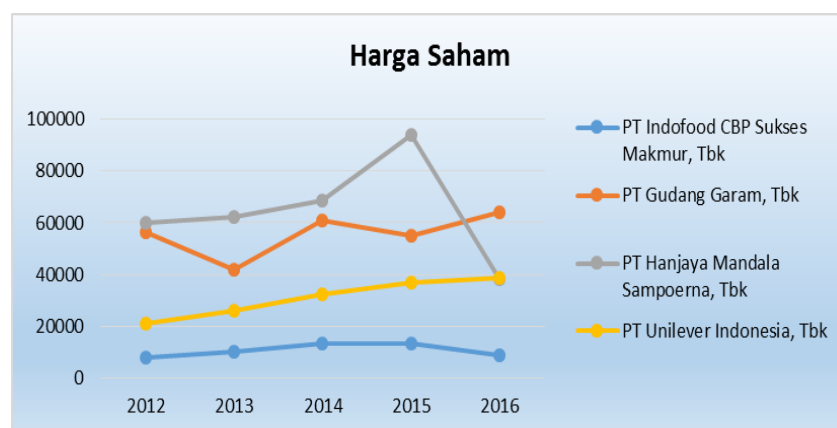
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan didirikan pasti memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh laba, meningkatkan penjualan, memaksimalkan nilai saham dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

Nilai perusahaan adalah penilaian investor terhadap nilai perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham karena adanya tingkat nilai pemegang saham apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat mengembalikan investasi yang tinggi pada pemegang saham. Keadaan perusahaan dapat di lihat dari nilai perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor (Sri Hermuningsih, 2012). Terdapat dua faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal bersifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal. Beberapa variabel tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil yang didapat hingga kini masih tidak konsisten (Santika dan Kusuma, 2002).

Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah, nilai perusahaan yang go public dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut (Suharli, 2006). Adapun fenomena yang terjadi pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 hingga 2016 yang tertera pada tabel dibawah ini:



**Gambar 1.1**  
**Grafik Data Harga Saham Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi**

Dilihat dari grafik diatas PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) pada tahun 2012 harga sahamnya adalah 7.800 sedangkan di tahun 2013 sahamnya adalah 10.200, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya maka di tahun 2013 mengalami kenaikan sebesar 2.400. Di tahun 2014 perusahaan ini mengalami kenaikan yang besar mencapai 2.900 di bandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 perusahaan mengalami kenaikan harga saham, yang sebelumnya di tahun 2014 hanya 13.100 di tahun 2015 menjadi 13.475. Perusahaan mengalami penurunan di tahun 2016 sebesar 4.900 dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Harga saham PT Gudang Garam Tbk (GGRM) di tahun 2012 sebesar 56.300 sedangkan di tahun 2013 mengalami penurunan 14.300. Lalu di tahun 2014 mencapai 60.700 hal ini mengalami kenaikan sebesar 18.700 dari tahun sebelumnya. Pada Tahun 2015 harga saham perusahaan 55.000 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2014. Mengalami kenaikan kembali harga saham di tahun 2016 yang tadinya 55.000 di tahun 2015 lalu di tahun 2016 mencapai 63.900, dengan kenaikan yang cukup besar mencapai 8.900.

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) harga saham di tahun 2012 sampai di tahun 2015 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Di tahun 2012 sebesar 59.900, di tahun 2013 sebesar 62.400, di tahun 2014 sebesar 68.650, dan di tahun 2015 sebesar 94.000. Namun di tahun 2016 perusahaan ini mengalami penurunan 55.700 yang menyebabkan nilai perusahaan rendah. Hanya terlihat tingginya nilai perusahaan di tahun 2012-2015.

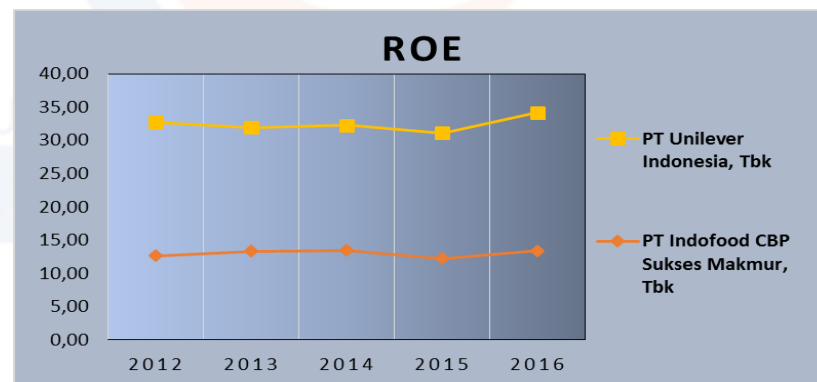
Sedangkan harga saham pada PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) juga mengalami kenaikan setiap tahunnya di tahun 2012-2016. Hal ini membuat nilai perusahaan menjadi naik setiap tahunnya. Di tahun 2012 sebesar 20.850, di tahun 2013 sebesar 26.000, tahun 2014 32.300, lalu di tahun 2015 sebesar 37.000 dan tahun harga saham di tahun 2016 sebesar 38.800.

Dapat disimpulkan dari grafik diatas bahwa perusahaan memiliki harga saham yang berbeda setiap tahunnya. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) memiliki nilai perusahaan yang sangat tinggi dari pada perusahaan yang lain dikarenakan perusahaan ini mengalami kenaikan harga saham pada setiap tahunnya.

Profitabilitas adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Sedangkan profitabilitas menurut (Munawir, 2004) mengatakan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya (Sri Hermuningsih, 2012).

Profitabilitas dapat dilihat di laporan laba rugi perusahaan. Tinggi atau rendahnya laba yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Jika perusahaan mempunyai laba yang tinggi maka pajak yang dibayar pun akan tinggi tapi jika perusahaan memiliki laba yang rendah maka perusahaan akan membayar pajak yang lebih rendah. Namun para investor tidak akan menanam dananya jika perusahaan tersebut memiliki laba yang rendah karena akan mengalami resiko kerugian. Profitabilitas selain digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga untuk mengetahui efektifitas perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Van Horne dan Wachowicz (2005:222) mengemukakan rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (gross profit margin) dan margin laba bersih (net profit margin). Profitabilitas dalam hubungannya

dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (return on total assets) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (return on equity). Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi kinerja perusahaan. Maka dapat dikatakan profitabilitas sangat mempunyai hubungan dengan nilai perusahaan yang mencerminkan laba dari perusahaan yang akan menarik perhatian investor dalam investasi dananya. Profitabilitas dapat diukur dengan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Agus Sartono, 2010:122). Penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan *return on quity* (ROE). *Return on equity* (ROE) merupakan besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang sudah diinvestasikan pemegang saham.



**Gambar 1.2**  
**Grafik Data Pfofitabilitas (ROE) Dalam Satuan %**

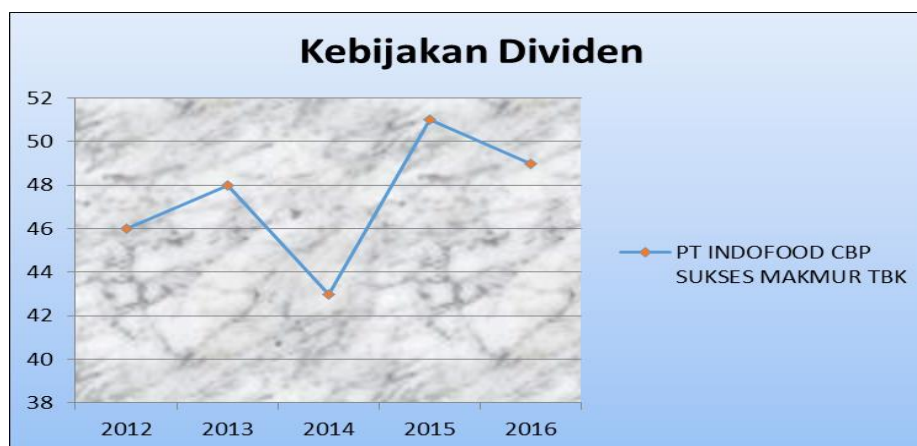
Setiap perusahaan memiliki perkembangan yang berbeda dalam menjalankan bisnisnya pada setiap tahun. Dapat dilihat di grafik profitabilitas diatas yang menunjukkan bahwa perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)

lebih tinggi nilai ROE nya dibandingkan dengan perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP).

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Ukuran perusahaan juga menggambarkan besar kecilnya usaha yang dijalankan, penentu besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne,2011). Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural dari nilai buku aktiva. Menurut Sujoko (2007) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Sehingga ukuran perusahaan memiliki peranan penting sebagai salah satu faktor penarik perhatian investor untuk menaruh sahamnya sebagai bentuk pedanaan baik bersifat internal maupun eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar nilai perusahaan yang akan direspon oleh para investor.

Kebijakan deviden adalah keputusan yang diambil oleh perusahaan dalam menentukan laba yang diperoleh apakah akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi dimasa datang. Bagian dari laba usaha perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham dapat diwujudkan dalam berbagai bentuknya, tergantung pada keadaan perusahaan ketika pembagian dividen tersebut. Menurut Rudianto (2012:290) jenis dividen yang dapat dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang sahamnya bisa berupa deviden tunai, deviden harta, deviden skrip, deviden saham, dan deviden likuidasi. Nurmala (2006) mengatakakan bahwa seorang manajer

sangat berperan dalam menentukan kebijakan dividen, sehingga akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang baik di mata investor. Kebijakan dividen dapat diukur dengan menggunakan Dividend Payout Ratio (DPR).



**Gambar 1.3**  
**Grafik Data Kebijakan Dividen (DPR) dalam satuan %**

Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa perusahaan PT Indofood CBP Sukses Mandiri Tbk (ICBP) membagikan dividen pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 membagikan dividen sebesar 46% di tahun selanjutnya 2013 mengalami kenaikan dengan membagikan dividen sebesar 48%. Namun di tahun 2014 mengalami penurunan yang dratis sebesar 6% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 dividen yang di bagikan sebesar 51% hal ini adanya peningkatan kembali dari tahun 2014. Peningkatan persentase kenaikan tersebut dikarenakan profit yang dicapai perusahaan meningkat. Di tahun 2016 sebesar 49% jika di bandingkan dengan tahun sebelumnya hal ini mengalami penurunan sebesar 2%.

Dividen dapat dikatakan mempunyai pengaruh dengan nilai perusahaan jika kebijakan dividen mengalami kenaikan dari tahun ke tahun akan membuat tingkat kepercayaan investor akan meningkat. Kebijakan dividen mengalami

kenaikan yang dikarenakan memiliki laba yang besar. Laba yang besar diharapkan oleh setiap perusahaan untuk mencerminkan nilai perusahaan yang baik agar menarik perhatian investor untuk melakukan investasi. Besarnya dividen yang dibagikan tergantung pada setiap perusahaan masing-masing.

Penelitian-penelitian sebelumnya mempunyai pendapat yang berbeda-beda diantaranya dilakukan oleh Rachmawati, dkk (2007) ukuran perusahaan dinyatakan mempunyai hubungan positif terhadap nilai perusahaan, Sofi Amalia (2015) ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Dian Safitri (2013) ukuran perusahaan tidak berpengaruh tapi memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan, Irene Veronica Venansius (2012) menyatakan *variable size* ( ukuran perusahaan ) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Fristi Anita Sari (2016) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini termotivasi berdasarkan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena mempunyai pertumbuhan produksi yang semakin meningkat setiap tahunnya maka adanya ketertarikan para investor dalam melakukan investasi. Serta mengingat bahwa nilai perusahaan merupakan salah satu hal yang menjadi dasar para investor dalam pengambilan keputusan investasi dengan tujuan untuk memperoleh laba. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta adanya ketidakseragaman hasil penelitian, maka ingin meneliti kembali faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE), Ukuran Perusahaan dengan *Logaritma Natural Asset* dan Kebijakan Dividen dengan *Devidend Payout*



*Ratio* (DPR). Apabila ingin membuka suatu usaha badan maka perusahaan tersebut harus memiliki modal. Modal bisa didapat dari modal sendiri, investor dan kreditor. Kemudian modal tersebut dikelola untuk kepentingan aset tanpa adanya aset suatu perusahaan tidak dapat memproduksi produk yang ingin dibuat. Maka judul penelitian yang digunakan adalah **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang dan Konsumsi) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012-2016).**

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dari hal-hal yang di uraikan di dalam latar belakang, dapat di identifikasikan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Pergerakan rata-rata *Price to book value* (PBV) mengalami fluktuasi. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dan kinerja perusahaan pada barang konsumsi cenderung mengalami penurunan dan kurang baik dalam kinerja perusahaan tersebut.
2. Profitabilitas (ROE) yang mengalami penurunan, hal ini dapat menyebabkan nilai perusahaan menurun dan cenderung sulit untuk mendapatkan investor dikarenakan rendahnya nilai perusahaan yang terlihat dari laba perusahaan tersebut.

3. Pergerakan rata-rata kebijakan dividen mengalami naik turun. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan untuk perusahaan barang konsumsi cenderung mengalami penurunan.

### 1.2.2 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, mempunyai batasan masalah-masalah yang ingin diteliti yaitu :

1. Variabel yang dikaji adalah Profitabilitas dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE), Ukuran Perusahaan menggunakan *Logaritma natural asset*, Kebijakan Dividen menggunakan *Dividend Payout Ratio* (DPR), dan Nilai Perusahaan menggunakan *Price to Book Value* (PBV).
2. Dalam penelitian ini, pembatas data dan informasi yaitu perusahaan-perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

### 1.3 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan secara simultan pada

perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 - 2016 ?

2. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 - 2016 ?
3. Apakah terdapat pengaruh Ukuran terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 - 2016 ?
4. Apakah terdapat pengaruh Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 - 2016 ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan secara simultan pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2016.
2. Untuk mengetahui terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2016.

3. Untuk mengetahui terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2016.
4. Untuk mengetahui terdapat pengaruh Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2016.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dan kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak manajemen mengenai profitabilitas perusahaan sehingga perusahaan dapat menentukan kebijakan dan strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

### 3. Bagi Penelitian Yang Akan Datang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.