

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tren investasi yang berkembang di masyarakat saat ini adalah menginvestasikan uang dalam bentuk tanah atau properti yang mengakibatkan industri sektor properti dan real estate terus berkembang pesat dan semakin banyak perusahaan yang ikut andil dalam pemanfaatan peluang ini. Hal ini sejalan dengan penambahan jumlah penduduk dan masyarakat yang mempunyai uang lebih dari cukup untuk memilih tanah ataupun properti untuk dijadikan investasi mereka, selain itu tempat tinggal merupakan kebutuhan dasar dari manusia sehingga harga properti akan terus meningkat seiring dengan kenaikan permintaan. Penelitian ini dilakukannya pada perusahaan bidang property di Bursa Efek Indonesia dengan alasan perkembangan perekonomian Indonesia saat ini sudah menuju kearah peningkatan. Hal ini dibuktikan oleh pemerintah dengan pembangunan infrastruktur yang dapat menunjang perkembangan perekonomian di Indonesia (Novari, Lestari, 2016).

Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan suatu perusahaan sebab memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang

akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Investor tentunya tidak sembarang dalam memilih perusahaan untuk menanamkan modalnya. Setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan nilai perusahaannya, karena nilai perusahaan merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan merupakan indikator kinerja keuangan bagi perusahaan yang go public. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari harga pasar saham yang tinggi (Sukirni, 2012). Nilai perusahaan yang tinggi juga mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, karena semakin tinggi nilai perusahaan investor akan mendapat keuntungan tambahan selain dividen yang diberikan oleh pihak perusahaan yaitu berupa capital gain dari saham yang mereka miliki. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2009:7). Menurut Suharli (2006), nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Menurut Oka (2011), nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah dengan nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Gapenski, 2006:120). Karena semakin tinggi

harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, dimana pemilik perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi juga. Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan.

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, salah satunya adalah besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Weston dan Copeland (1992) mendefinisikan profitabilitas sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para stakeholders yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat apabila profitabilitas tinggi, hal ini menunjukkan prospek perusahaan baik sehingga banyak investor yang akan merespon atau ikut berinvestasi (Sujono dan Soebiantoro, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Manajemen likuiditas harus mampu memberi kontribusi untuk

realisasi penciptaan nilai perusahaan (Michalski, 2010). Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek perusahaan. Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan karena likuiditas memainkan peranan penting dalam kesuksesan perusahaan (Owolabi, 2012). Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Perusahaan yang likuid akan dipercaya oleh investor karena dianggap kinerja perusahaan baik. Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi mempunyai dana internal yang besar, sehingga perusahaan juga menggunakan dana internalnya terlebih dahulu untuk membiayai investasinya sebelum menggunakan pembiayaan eksternal melalui hutang. Brealey dan Myers dalam Uremadu et al (2012) mengatakan bahwa Investor akan tertarik terhadap perusahaan yang menghasilkan uang untuk membayar hutang atau kewajibannya. Penelitian Putra dan Lestari (2016) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan

dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada diperusahaan tersebut. Sudarsi (2002) menjelaskan untuk menentukan ukuran perusahaan adalah dengan log natural dari total aktiva. Ukuran perusahaan dibedakan dalam beberapa kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang besar dan terus tumbuh bisa menggambarkan tingkat profit mendatang, kemudahan pembiayaan ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor (Eko, 2014). Perusahaan besar memiliki beberapa strategi dalam menghadapi risiko yang dihadapi sekarang dan dimasa yang akan datang. Penelitian yang dilakukan Dewi dan Wirajaya (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dkk (2014) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya leverage yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* menunjukkan penggunaan utang untuk membiayai investasi (Sartono, 2008). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki rasio *leverage* yang lebih kecil. *Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran

efektivitas penggunaan utang perusahaan. Dengan menggunakan leverage, perusahaan tidak hanya dapat memperoleh keuntungan namun juga dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian, karena *leverage* keuangan berarti perusahaan membebankan risiko kepada pemegang saham sehingga mempengaruhi return saham (Weston dan Copeland, 1999). Debt ratio adalah rasio yang mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan (Sudana, 2009:23). Semakin besar rasio ini menunjukkan porsi penggunaan utang dalam membiayai investasi pada aktiva semakin besar, yang berarti pula risiko keuangan perusahaan meningkat dan sebaliknya.

Para kreditur secara umum lebih menyukai jika rasio hutang yang dimiliki perusahaan lebih rendah karena semakin rendah rasio hutang maka semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor atas risiko tidak terbayarnya hutang. Namun disisi lain perusahaan lebih menginginkan rasio hutang yang relatif tinggi karena dengan rasio hutang yang tinggi, perusahaan akan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi pula ketika perekonomian negara dalam kondisi normal, namun sebaliknya perusahaan akan mengalami risiko yang tinggi pula apabila kondisi perekonomian negara sedang mengalami resesi. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian tentang faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya:

Dewi, Wirajaya (2013) tentang pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan pada industri manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Prasetyorini (2013) tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, *price earning ratio* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, *price earning ratio*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pantow, Murni, Trang (2015) tentang analisa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, *return on asset*, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang tercatat di indeks lq 45, di perusahaan-perusahaan yang tercatat pada Indeks LQ 45 Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Manoppo, Arie (2016) tentang pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Hasil Penelitian menunjukkan struktur

modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh secara bersama terhadap nilai perusahaan.

Prasetia, Tommy, Saerang (2014) tentang pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan risiko perusahaan terhadap nilai perusahaan, yang tercatat pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI periode 2009-2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, risiko perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Suardika, Mustanda (2017), tentang pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti yang terdaftar di BEI periode 2013-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan namun memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Analisa (2011), tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, leverage mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan

terhadap nilai perusahaan, profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Chasanah, Adhi (2017), tentang profitabilitas, struktur modal dan likuiditas pengaruhnya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan real estate yang listed di BEI tahun 2012-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, ditemukan perbedaan hasil dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, perbedaan hasil penelitian tersebut mendorong peneliti untuk mengkaji ulang mengenai hubungan antara profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti bermaksud untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan ini adalah menganalisis dan memberikan bukti empiris atas:

1. Untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi peneliti
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Bagi peneliti sebelumnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan

pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wacana keilmuan.

E. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini sesuai dengan tujuan maka disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Tinjauan Pustaka, bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka teoritis.

BAB III Metode Penelitian, bab ini menjelaskan tentang metoda penelitian, mencakup jenis penelitian, populasi, sampel dan pengambilan sampel jenis data dan sumber data, definisi operasional variabel penelitian serta metode data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV Analisis Dan Pembahasan, bab ini menjelaskan tentang analisis terhadap data dan temuan empiris yang diperoleh, mencakup gambaran umum hasil penelitian, pengujian asumsi, hasil pengujian hipotesis.

BAB V Penutup, bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya, atau sebagai bahan implikasi.