

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi pada era globalisasi saat ini, berkembang dengan sangat cepat serta persaingan didalam dunia bisnis dan ekonomi yang semakin keras telah membuat perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan memiliki keunggulan yang kompetitif dibanding dengan para pesaingnya. Industri barang konsumsi adalah salah satu dari sekian banyak industri yang mengalami persaingan yang sangat ketat, hal ini dapat ditunjukkan dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang memasuki sektor industri ini.

Persaingan dalam industri manufaktur membuat setiap perusahaan manufaktur semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan (Sartono, 2018: 8). Menurut Suharli (2006), nilai perusahaan mencerminkan hasil kinerja perusahaan. Nilai perusahaan tinggi memberikan sinyal positif yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Pentingnya nilai perusahaan membuat investor dan kreditur semakin selektif dalam berinvestasi maupun memberikan kredit kepada perusahaan. Menurut Eka (2017), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham apabila saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham maka, semakin tinggi juga kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan menggambarkan baik atau buruknya manajemen mengelola kekayaan, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham dipasar.

Nilai perusahaan dapat di ukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan

mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Nilai perusahaan juga dapat dianalisis dengan menggunakan Rasio Tobins'Q, rasio ini merupakan perbandingan harga saham dengan nilai buku sahamnya.

Naik turunnya harga saham dipasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan karena berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Fenomena ini terjadi pada tahun 2016 dimana PT Mayora Indah Tbk atau Mayora Grup yang resmi melakukan pemecahan saham 1:25 dengan tujuan agar membuka akses bagi para investor ritel untuk mengoleksi dan berinvestasi pada saham MYOR. dengan pemecahan saham 1:25 maka nilai saham Mayora Group dari Rp 38.200 per lembar saham, diperkirakan menjadi Rp 1.500- Rp 1.600 per lembar saham. Pada sesi perdagangan 1 hari kamis, 4 Agustus 2016, saham berkode MYOR ini naik 5 poin atau 0,30 % menjadi Rp 1.665 per lembar saham. Adapun pergerakan saham MYOR hingga saat ini telah naik 38,5 % atau jauh diatas kinerja pasar Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dan jumlah saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 setelah melakukan pemecahan saham (*stock split*) adalah sebesar Rp 22,358.699.725,- (Tribunnews, 2016). Jadi, dengan adanya kenaikan harga saham dipasar maka, ada peningkatan pada nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ini dapat diikuti dengan adanya peningkatan pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Fenomena Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

PT Mayora Indah Tbk	Semester I-2016	
	Jumlah	Pertumbuhan (%)
Penjualan Bersih	Rp. 9,280.000.000.000	23,08%
Penjualan Lokal	Rp. 5,340.000.000.000	33,83%
Penjualan Ekspor	Rp. 3,950.000.000.000	11,27%
Laba Bersih	Rp. 606,860.000.000	0,28%

Dari tabel tersebut dapat dilihat pada Semester 1-2016 Mayora Grup mencatatkan penjualan bersih Rp 9,280.000.000.000,- Nilai penjualan tersebut tumbuh 23,08% ketimbang realisasi penjualan pada periode yang sama tahun 2015, yakni Rp 7,540.000.000.000,-. Pada tahun 2016, penjualan lokal maupun ekspor naik yaitu Penjualan lokal naik 33,83% menjadi Rp 5,340.000.000.000,- pada semester I-2016. Sementara penjualan ekspor naik 11,27% menjadi Rp

3,950.000.000.000,-. jadi, dengan adanya pertumbuhan usaha dan sektornya tersebut sebenarnya Mayora Grup sudah masuk menjadi kategori Pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat dari peningkatan harga sahamnya, akan tetapi laba bersih Mayora Grup justru berkurang sekitar 0,28 % menjadi Rp 606,860.000.000,- pada semester I-2016. Pada tahun 2015 Laba bersih sebesar Rp 1,025.000.000.000,-

Penyebabnya antara lain karena ada kenaikan beban pokok penjualan sebesar Rp 6,750.000.000.000,- ditahun sebelumnya menjadi Rp 7,750.000.000.000,- Di pos tersebut, variabel bahan baku dan pembungkus yang digunakan, naik 36,62% menjadi Rp 5,410.000.000.000,- padahal biaya bahan baku dan pembungkus ditahun sebelumnya sebesar Rp 3,960.000.000.000,- Sebelumnya, Mayora Indah membeberkan strategi memperkuat pasar kopi instan ekspor. Perusahaan berkode saham MYOR di Bursa Efek Indonesia itu terkenal lewat kopi instan dengan merek Torabika White Coffee. Agar fokus memperkuat pasar, Mayora Indah bahkan tak segan-segan menarik merk Torabika White Coffee dari pasar dalam negeri. Sribugo Suratmo, Corporate Communication Division Head PT Mayora Indah Tbk sebelumnya mengatakan, merk tersebut akan dikhususkan untuk pasar ekspor ke Malaysia. Sementara di pasar dalam negeri, mereka meluncurkan merk kopi instan baru yakni Torabika Creamy Latte.

Terdapat beberapa penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain : Struktur modal, Pertumbuhan perusahaan dan Ukuran perusahaan. Sri dan Wijaya (2013) menunjukkan bahwa Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Yuliani, dkk (2013) struktur modal diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena penetapan struktur modal dalam kebijakan pendanaan menentukan profitabilitas perusahaan. Pemilik struktur modal yang baik dalam perusahaan adalah penting. Menurut Myers (1996) dan Saidi (2004), perusahaan memerlukan modal untuk menjalankan kegiatan usahanya, baik yang berasal dari pihak internal, maupun pihak eksternal. Pada umumnya, perusahaan lebih mengutamakan pendanaan internal dalam membiayai kegiatan usahanya. Struktur modal merupakan pertimbangan antara penggunaan modal sendiri dengan modal asing, dimana modal sendiri berupa laba ditahan dan kepemilikan saham, sedangkan modal asing berupa hutang.

Menurut Yunita, dkk (2014) bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan Perusahaan adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan, terutama dana eksternal untuk memenuhi kebutuhan investasinya atau untuk memenuhi kebutuhan untuk membiayai pertumbuhannya (Indrajaya et al. 2011).

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. Prasetya, dkk (2014) menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Seluruh dana berupa total aset yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi pendanaan perusahaan dapat mencerminkan ukuran perusahaan. Menurut Hidayati (2010), bahwa ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Total aset yang besar memudahkan perusahaan dalam masalah pendanaan kebutuhan perusahaan. Jika dilihat dari sisi manajemen kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh calon investor.

Atas dasar dari latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia”**.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah Struktur Modal berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?
- b. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?
- c. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang penelitian dan rumusan masalah penelitian diatas, Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh Struktur Modal terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?
- b. Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?
- c. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ke berbagai pihak, antara lain :

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya sebagai sarana untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat selama kuliah mengenai struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pihak manajemen perusahaan dapat melihat faktor faktor lain yang dapat memperkuat hubungan antara struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Karena hal ini yang dapat mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya.

2) Bagi Investor

Dapat digunakan oleh investor sebagai sumber pemikiran dalam pengambilan keputusan dan untuk mengetahui kondisi perusahaan sebagai acuan untuk memilih perusahaan mana yang akan dijadikan tempat untuk menanamkan modalnya.

