

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Persaingan perusahaan di era globalisasi ini semakin terlihat dengan adanya perusahaan yang saling menonjolkan keunggulan dari masing-masing, baik dari sisi kinerja maupun dari total kekayaan yang dimiliki. Menurut Harjito & Martono (2013, hlm. 2) tujuan utama dalam pendirian perusahaan yaitu dengan memaksimalkan Nilai Perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Menurut Hermuningsih (2012) nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, agar dapat mengikuti persaingan yang ketat dengan perusahaan lain maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan.

Sedangkan dalam menjalankan usaha perusahaan tidak akan bisa berdiri sendiri hanya dengan dimodalkan aset yang dimiliki, melainkan dengan adanya pihak eksternal yang membantu dalam pendanaan yaitu para investor dan kreditor. Para pemberi dana ini bukan hanya sekedar memberikan dana namun perlu beberapa pertimbangan, dan memperhatikan nilai perusahaan agar dana yang di investasikan tepat sasaran.

Salah satu cara yang dapat membantu investor dan kreditor mendapat informasi dalam memutuskan untuk melakukan investasi atau pemberian kredit yaitu dengan melihat bagaimana nilai perusahaan itu apakah baik atau tidak. Ada beberapa hal yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan yaitu dilihat dari ukuran perusahaan, apakah perusahaan itu berukuran besar atau kecil. Dapat dilihat juga dengan tingkat *leverage* yaitu seberapa besarkah perusahaan dibiayai oleh utang. Serta melihat dari tingkat profitabilitas atau tingkat laba yang dihasilkan perusahaan dari hasil kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini akan membahas apa saja yang menjadi faktor pendorong peningkatan nilai perusahaan.

Keadaan suatu perusahaan dapat tergambar dari nilai perusahaan. Apabila nilai perusahaan semakin meningkat maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula apabila nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan itu baik. Salah satunya pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan, menurut Khumairoh, dkk (2016). Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan dengan ukuran yang besar akan disukai oleh investor karena perusahaan tersebut memiliki aset dalam jumlah besar yang berdampak pada peningkatan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Adapun menurut penelitian yang dilakukan oleh Rudangga & Sudiarta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan dan begitupula sebaliknya.

Dalam menilai suatu perusahaan itu baik, salah satu hal yang dapat dipertimbangkan yaitu leverage. Leverage merupakan perbandingan antara total hutang dengan total aktiva, sehingga ratio ini menunjukkan sejauh mana hutang dapat ditutupi oleh aktiva. Leverage yang merupakan rasio hutang atau sering dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan diri suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi, menurut Agnes (2004) dalam Rudangga & Sudiarta (2016). Tingkat leverage yang tinggi menunjukkan tingginya ketergantungan perusahaan terhadap hutang yang merupakan sebagai sumber pendanaan. Menurut Khumairoh, dkk (2016) apabila debt ratio semakin tinggi, sementara proporsi total aktiva tidak berubah maka hutang yang dimiliki perusahaan semakin besar. Total hutang semakin besar berarti rasio financial perusahaan untuk mengembalikan pinjaman semakin tinggi,

dan sebaliknya apabila debt ratio semakin kecil maka hutang yang dimiliki perusahaan juga akan semakin kecil dan ini berarti resiko financial perusahaan mengembalikan pinjaman juga semakin kecil. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prastika (2012) dalam Rudangga & Sudiarta (2016) menemukan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2010) dalam Wijaya & Sedana (2015) profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada. Menurut Hermanto & Agung (2015) profitabilitas adalah kemampulabaan yang merupakan hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan, dan rasio ini memberikan jawaban akhir tentang efektifitas manajemen perusahaan. Semakin besar tingkat profitabilitas maka semakin baik pula untuk perusahaan itu sendiri dan menunjukkan tingkat kemakmuran perusahaan, dilihat dari tingkat kemakmuran tersebut maka dapat menarik para investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut dan memberikan nilai positif terhadap harga saham dipasar. Ini berarti akan menaikkan nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nurmayasari (2012) dalam Dewi & Wirajaya (2013), variabel profitabilitas yang diukur dengan Return On Equity (ROE), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Fenomena merupakan sebuah kejadian yang dapat diketahui oleh indera manusia dan dapat dijelaskan secara ilmiah. Adapun fenomena yang diambil dalam penelitian ini adalah berdasarkan data-data perusahaan manufaktur di BEI, yaitu PT. Jembo Cable Company Tbk, PT. Kabelindo Murni Tbk, PT. Ricky Putra Globalindo Tbk, PT. Nusantara Inti Corpora Tbk, PT. Sepatu Bata Tbk, dan PT. Indospring Tbk. Data empiris mengenai variabel ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai yang akan berubah waktu ke waktu mengikuti perubahan kondisi ekonomi maupun kondisi perusahaan itu sendiri. Dalam penelitian ini indikator-indikator yang digunakan untuk melihat nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas.

Tabel 1. Fenomena Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Tahun	PT. Jembo Cable Company Tbk (JECC)		PT. Kabelindo Murni Tbk (KBLM)	
	Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan
	2015	27,9373	127,89	27,2069
2016	28,0929	7,99	27,1833	26,90

Sumber : Data Sekunder yang telah diolah

Adapun fenomena pertama yang diteliti yaitu ukuran perusahaan pada perusahaan PT. Jembo Cable Company Tbk dan PT. Kabelindo Murni Tbk yang dilihat dari total aset periode 2015-2016. Berdasarkan tabel 1 ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total aset pada perusahaan PT. Jembo Cable Company Tbk pada tahun 2015 sebesar 27,9373 kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2016 menjadi sebesar 28,0929 dari total aset yang telah di *lognatural*. Sedangkan untuk nilai perusahaan para perusahaan ini mengalami penurunan dari 127,89 pada tahun 2015 menjadi 7,99 pada tahun 2016. Pada perusahaan PT. Kabelindo Murni Tbk ukuran perusahaan yang diprosikan oleh total aset mengalami penurunan pada tahun 2015 yaitu sebesar 27,2069 menjadi sebesar 27,1833 pada tahun 2016 dari total aset yang telah di *lognatural*. Sedangkan untuk nilai perusahaannya mengalami kenaikan dari 11,32 menjadi 26,90 pada tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan/penurunan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan, dan fenomena pada kedua perusahaan tersebut bertolak belakang dengan teori yang mengatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Sedangkan yang terjadi pada perusahaan PT. Jembo Cable Company Tbk (JECC) yaitu ukuran perusahaan naik namun nilai perusahaannya turun, dan pada perusahaan PT. Kabelindo Murni Tbk (KBLM) ukuran perusahaan turun namun nilai perusahaannya naik.

Tabel 2. Fenomena Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Tahun	PT. Ricky Putra Globalindo Tbk (RICY)		PT. Nusantara Inti Corpora Tbk (UNIT)	
	Leverage	Nilai Perusahaan	Leverage	Nilai Perusahaan
	2015	66,60	7,97	47,24
2016	67,99	8,59	43,63	36,36

Sumber : Data Sekunder yang telah diolah

Adapun fenomena kedua dari variabel leverage pada perusahaan PT. Ricky Putra Globalindo Tbk dan PT. Nusantara Inti Corpora Tbk periode tahun 2015 dan 2016. Berdasarkan tabel.2 leverage pada perusahaan PT. Ricky Putra

Globalindo Tbk mengalami kenaikan dari 66,60 pada tahun 2015 dan menjadi 67,99 pada tahun 2016, sedangkan nilai perusahaan pada perusahaan ini mengalami kenaikan juga dari sebesar 7,97 pada tahun 2015 menjadi sebesar 8,59 pada tahun 2016. Pada perusahaan PT. Nusantara Inti Corpora Tbk untuk leverage nya justru mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 47,24 menjadi sebesar 43,63 pada tahun 2015, sedangkan nilai perusahaan pada perusahaan ini mengalami penurunan dari sebesar 38,73 pada tahun 2015 menjadi 36,36 pada tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan/penurunan leverage tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Fenomena pada kedua perusahaan tersebut bertolak belakang dengan teori yang mengatakan bahwa semakin tinggi leverage maka semakin tinggi resiko yang dihadapi perusahaan dan semakin meningkat kewajiban yang harus dibayarkan oleh perusahaan, menjadikan persepsi para investor bahwa perusahaan tersebut lebih banyak menggunakan dana dari pinjaman melainkan aset atau kekayaan yang dimiliki sendiri dan menjadikan nilai perusahaan menurun. Sedangkan yang terjadi pada perusahaan PT. Ricky Putra Globalindo Tbk (RICY) yaitu leverage naik namun nilai perusahaannya naik juga, dan pada perusahaan PT. Nusantara Inti Corpora Tbk (UNIT) leverage turun namun nilai perusahaannya turun juga.

Tabel 3. Fenomena Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Tahun	PT. Sepatu Bata Tbk (BATA)		PT. Indospring Tbk (INDS)	
	Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
2015	16,20	8,44	5,18	308,19
2016	5,22	24,89	5,83	11,29

Sumber : Data Sekunder yang telah diolah

Fenomena ketiga dari variabel profitabilitas pada perusahaan PT. Sepatu Bata Tbk dan PT. Indospring Tbk periode tahun 2015 dan 2016. Berdasarkan tabel.3 profitabilitas pada perusahaan PT. Sepatu Bata Tbk mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 16,20 menjadi sebesar 5,22 pada tahun 2016, sedangkan nilai perusahaan pada perusahaan ini mengalami kenaikan dari 8,44 pada tahun 2015 menjadi 24,89 pada tahun 2016. Pada perusahaan PT. Indospring Tbk tingkat profitabilitas mengalami kenaikan, pada tahun 2015 sebesar 5,18 menjadi

sebesar 5,83 pada tahun 2016. Sedangkan nilai perusahaan pada perusahaan ini mengalami penurunan secara drastis dari sebesar 308,19 pada tahun 2015 menjadi sebesar 11,29 pada tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan/penurunan profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Fenomena pada kedua perusahaan tersebut bertolak belakang dengan teori yang mengatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan. Karena profitabilitas menggambarkan perolehan laba perusahaan mengakibatkan persepsi investor baik terhadap profitabilitas perusahaan yang tinggi, artinya bahwa kinerja perusahaan tersebut baik dan mampu mengelola dana investasi yang diberikan investor untuk guna meningkatkan laba sehingga berpengaruh kepada naiknya nilai perusahaan. Sedangkan yang terjadi pada perusahaan PT. Sepatu Bata Tbk (BATA) yaitu profitabilitas turun namun nilai perusahaannya naik, dan pada perusahaan PT. Indospring Tbk (INDS) profitabilitas naik namun nilai perusahaannya turun.

Selain adanya fenomena, beberapa peneliti terdahulu juga menemukan adanya perbedaan hasil penelitian yang terkait dengan Nilai Perusahaan yang dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.

Hasil penelitian variabel *leverage* menurut penelitian Farooq & Masood (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan didukung oleh Khumairoh, dkk (2016). Sedangkan dengan penelitian yang dilakukan Febrianti (2012) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan namun tidak signifikan. Untuk variabel profitabilitas hasil penelitian oleh Rinnaya, dkk (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sabrin *et al.* (2016) bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Khumairoh (2016) hasil penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan hasil penelitian terdahulu yang membahas variabel ukuran perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rudangga & Sudiarta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh

positif signifikan terhadap nilai perusahaan, didukung penelitian Khumairoh (2016) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Gultom, dkk (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian dari fenomena maupun penelitian-penelitian sebelumnya terhadap faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan hasilnya masih belum konsisten, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Untuk memenuhi keterbatasan dari penelitian lainnya yang berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan, adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rudangga & Sudiarta (2016) yaitu sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sektor industri dasar dan kimia dalam periode 2014-2016. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul dalam penelitian ini, yaitu “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- b. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- c. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dikemukakan diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan bukti secara empiris dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu serta penambahan wawasan bagi peneliti sendiri tentang dan agar dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam lingkup perusahaan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembelajaran bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan nilai perusahaan agar dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya.

2) Bagi Investor

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi calon investor untuk mempertimbangkan keputusannya sebelum berinvestasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal yang perlu diperhatikan investor yaitu kondisi perusahaan dari sisi ukuran perusahaan, tingkat penggunaan hutang, maupun perolehan laba perusahaan.