

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang telah *go public* bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Teori pendekatan Modigliani menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh struktur modal, dengan kondisi tidak adanya pajak dan faktor-faktor ketidaksempurnaan pasar lainnya. Modigliani beragumen bahwa risiko total untuk semua pemegang sekuritas perusahaan tidak berubah dengan adanya perubahan dalam struktur modal. Oleh karena itu, nilai total perusahaan haruslah sama, terlepas dari bauran pendanaan perusahaan. Pendapat Modigliani didasarkan pada pemikiran bahwa bagaimanapun cara membagi struktur modal perusahaan antara utang dan ekuitas, selalu terdapat konservasi atas nilai investasi.

Wachowicz (2007) mengungkapkan Nilai investasi total perusahaan tergantung pada profitabilitas dan risiko yang mendasarinya sehingga nilai perusahaan tidak berubah sejalan dengan perubahan dalam struktur modal perusahaan. Dukungan atas pendapat ini terletak pada pemikiran bahwa para investor dapat menggantikan *leverage* keuangan pribadi dengan *leverage* keuangan perusahaan. Teori Modigliani menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan kapitalisasi laba operasi bersih (EBIT) atau laba sebelum bunga dan pajak dengan tingkat kapitalisasi yang konstan sesuai dengan tingkat risiko

perusahaan sehingga nilai perusahaan yang tidak mempunyai hutang sama dengan nilai perusahaan yang mempunyai hutang.

Aries (2011) nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa diantaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik dua perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur.

Suharli (2006) mengemukakan bahwa bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut .

Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target, maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Penentuan target struktur modal optimal adalah salah satu dari tugas utama manajemen perusahaan. Struktur modal adalah proporsi pendanaan dengan hutang (*debt financing*) perusahaan, yaitu rasio *leverage* perusahaan. Dengan demikian, hutang adalah unsur dari struktur modal perusahaan.

Warsono (2003) Struktur modal merupakan bauran dari segenap sumber pembelanjaan jangka panjang utang jangka panjang, saham preferen, dan ekuitas saham biasa yang digunakan perusahaan. Sumber-sumber pembiayaan ini akan digunakan perusahaan dalam kegiatan operasional, membiayai aset, dan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga manajer harus mampu menentukan kebijakan struktur modal yang baik bagi perusahaan. Kebijakan struktur modal melibatkan perimbangan (*trade-off*) antara risiko dan tingkat pengembalian, dimana menggunakan lebih banyak utang berarti memperbesar risiko yang ditanggung pemegang saham, dan menggunakan lebih banyak utang juga dapat memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan.

Nilai perusahaan ini dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama.

Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pementapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang meningkat secara *signifikan* dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang tumbuh cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati, Karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu negatif.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat mereka menjadi kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi. Selain itu, perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibanding perusahaan kecil.

Sujoko (2007) beranggapan bahwa Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aset, maka semakin besar modal yang ditanam. Sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya *aset* yang dimiliki oleh perusahaan dan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sugiono (2009) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal. Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan karena profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham.

Return on equity (ROE) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham. ROE merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dari ekuitas. Semakin besar hasil ROE maka kinerja perusahaan semakin baik. Rasio yang meningkat menunjukkan bahwa kinerja manajemen meningkat dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih.

ROE menunjukkan keuntungan yang akan dinikmati oleh pemilik saham. Adanya pertumbuhan ROE menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Apabila terdapat kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal. Penelitian yang dilakukan oleh Mardiyati (2012) menunjukkan adanya pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan masih banyak yang belum menunjukkan konsistensi dan mengacu pada penelitian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan independen struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas. Data ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian untuk menguji pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul proposal skripsi: “Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)”

1.2 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah di gunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran masalah penelitian pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

1.3 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai:

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh pertumbuhan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh ukuran terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak berikut ini :

1. Bagi Investor maupun Calon Investor

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan pilihan investasi yang terkait dengan nilai perusahaan sesuai apa yang diharapkan para investor ataupun calon investor.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang luas dan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

