

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan manufaktur yaitu badan usaha dalam melakukan kegiatan dengan menggunakan mesin, peralatan serta tenaga kerja untuk mengelola bahan baku hingga menjadi produk yang memiliki nilai jual. Indonesia memiliki prospek pertumbuhan perusahaan manufaktur yang terhitung sangat cepat sehingga membuat para investor menjadi tertarik. Persaingan perusahaan manufaktur yang tercatat di pasar modal saat ini sangat begitu ketat, sehingga perusahaan manufaktur dapat meningkatkan kinerjanya dengan berbagai faktor yang salah satunya dengan melakukan pengoptimalan nilai perusahaan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan peningkatan pendapatan dan meminimalisir biaya yang keluar, sehingga dapat mengembangkan nilai perusahaan yang dapat ditemukan dari tingginya tingkat pengembalian investasi kepada pemegang saham.

Bagi perusahaan yang telah *go public*, nilai perusahaan bisa ditetapkan menggunakan harga saham yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia, sehingga sering dipandang bahwa harga saham adalah gambaran dari nilai perusahaan (Dewi & Rahyuda, 2020). Namun terdapat permasalahan pada tren perkembangan emiten di pasar saham Indonesia yang lambat, hal tersebut dikarenakan banyaknya perusahaan yang berkembang pada teknologi menurun di pasar modal, namun gerak indeks saham yang telah tercatat dapat meningkat disebabkan oleh saham-saham perusahaan teknologi. Perolehan dana yang tidak buruk dapat berpengaruh dalam menilai perkembangan jumlah saham yang tercatat di BEI pada setiap tahunnya. Sehingga hal tersebut dapat menjadi peluang yang cukup besar bagi bursa saham dalam negeri dalam meningkatkan nilai transaksinya dengan cara memikat pemain besar teknologi dalam negeri, seperti perusahaan yang memiliki gelar unicorn (Wareza, 2020).

Tujuan jangka pendek dari perusahaan yaitu untuk mewujudkan dan memaksimalkan laba perusahaan, sedangkan tujuan jangka panjang dari

perusahaan yaitu untuk mensejahterakan para pemegang saham dengan melakukan peningkatan nilai perusahaan (Dewi & Ekadjaja, 2020). Peningkatan kinerja perusahaan juga sangatlah penting demi mendorong perusahaan menjadi lebih maju karena investor atau calon investor selalu mengawasi kinerja perusahaan yang akan dijadikan tempat investasi. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika diamati pada pengelolaan keuangan serta keadaan keuangan perusahaan. Nilai perusahaan dapat menunjukkan bagaimana kondisi perusahaan tersebut di masa mendatang, sehingga nilai perusahaan sering digunakan sebagai acuan para investor untuk memperkirakan bagaimana tujuan perusahaan (Glory, Yetty, & Triwahyuningtyas, 2020).

Menurut penelitian Sari & Priyadi (2016), nilai perusahaan merupakan persepsi dari investor terhadap keseluruhan setiap ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan dapat berhubungan dengan harga saham. Salah satu aset perusahaan yang sangat penting adalah surat berharga berupa saham untuk memperoleh modal jangka panjang. Nilai perusahaan yang meningkat mampu membuat para investor lebih yakin terhadap kinerja dan prospek perusahaan dimasa mendatang. Nilai perusahaan selalu ditinjau oleh investor untuk melihat bagaimana kinerja perusahaan pada periode yang akan datang, karena jika harga saham perusahaan tinggi hingga tingkat keuntungan yang diperoleh investor bertambah banyak. Investor akan percaya mengenai pengelolaan perusahaan dan tujuan dimasa depan karena dianggap mampu mensejahterakan para pemegang saham. Suatu perusahaan sudah menginformasikan atau menawarkan saham ke publik hingga nilai perusahaan dapat dimaknai menjadi tanggapan bagi investor mengenai perusahaan tersebut (Suwardika & Mustanda, 2017).

Nilai perusahaan ini juga sebagai konsep yang berarti bagi semua investor sebab segmen pasar dapat menilai perusahaan secara keseluruhan dengan melihat nilai perusahaan. Perusahaan yang telah *go public* pastinya hendak lebih membuktikan kepada para investornya bahwa perusahaan tersebut menjadi salah satu pilihan investasi yang cocok untuk menanamkan modalnya (Putra & Lestari, 2016). Kinerja keuangan merupakan aspek terpenting yang dapat berpengaruh pada tinggi rendahnya nilai perusahaan, sebab pengelolaan keuangan digunakan

untuk mengoptimalkan keuangan perusahaan agar efisien dalam pemakaiannya (Riny, 2018). Likuiditas, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *growth opportunity* yaitu bagian internal yang dikendalikan oleh perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi pada tingginya nilai perusahaan.

Menurut Kariyoto (2017), likuiditas adalah kemampuan bagi perusahaan dalam melunasi kewajiban keuangan yang sesuai dengan waktu tempo tagih. Jika nilai likuiditas yang meningkat maka dapat menggambarkan kinerja perusahaan yang tinggi dalam mencapai kewajiban jangka pendeknya, nilai likuiditas yang sesuai maka dapat diterka bahwa perusahaan menguasai kinerja yang teratur. *Current Ratio* (CR) sebagai alat ukur dari likuiditas yang artinya rasio untuk menghitung kesanggupan suatu perusahaan dalam menyelesaikan hutang lancar dengan memanfaatkan seluruh aset lancar yang dimiliki (Sudiani & Damaryanti, 2016). Hasil penelitian yang direalisasikan oleh Putra & Lestari (2016) bahwa likuiditas berhubungan positif terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesisnya diterima. Hasil penelitian berlainan dengan penelitian Riny (2018) dan Sudiani & Damayanti (2016) yaitu penelitiannya menanggapi bahwa likuiditas tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2017), *leverage* dipergunakan sebagai perkiraan bagaimana aktiva perusahaan didanai melalui pemanfaatan hutang, yang dapat diartikan bahwa tingginya total hutang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan pembiayaan suatu aktivitas usahanya dalam memanfaatkan modal sendiri. *Leverage* digunakan untuk mengelola aset tetap dan beban tetap (hutang) dalam meningkatkan kemakmuran dari para pemegang saham (Yusmaniarti, Setiorini, & Pitaloka, 2019). Perusahaan dapat menggunakan hutang sebagai modal dalam memperoleh laba yang lebih tinggi, akan tetapi penggunaan hutang yang besar dapat membahayakan perusahaan akan terjadinya penyusutan profit. Artinya, tingginya *leverage* dapat mengakibatkan resiko besar dalam berinvestasi, sementara *leverage* yang semakin rendah dapat mengakibatkan resiko yang kecil terhadap investasi yang dilakukan menurut Analisa (2011) dalam (Suwardika & Mustanda, 2017). Perusahaan mengalami keterbatasan jika berpusat pada sumber pendanaan, masing-masing perusahaan hendak melangsungkan pelunasan

tentunya memerlukan modal yang cukup besar sehingga keperluan dana harus segera terealisasi dengan memanfaatkan modal sendiri dan selain itu membutuhkan dana dari pinjaman (Nurwahyuni, Mas'ud, Alam, & Djamareng, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurwahyuni, Mas'ud, Alam, & Djamareng (2020) bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena tingginya *leverage* maka nilai perusahaan akan semakin menurun. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Rudangga & Sudiarta (2016), Suwardika & Mustanda (2017) dan Yusmaniarti, Setiorini, & Pitaloka (2019) bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam mendapatkan profit yang berkaitan dengan penjualan, total aktiva ataupun modal sendiri (Fatmawati & Rihardjo, 2017). Profitabilitas yang tinggi memperlihatkan bahwa suatu perusahaan dalam mendapatkan tujuan yang diinginkan di masa depan dan juga menaikkan nilai perusahaan. Meningkatnya laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dapat memperlihatkan bahwa perusahaan mampu berkinerja secara maksimal sehingga mampu menghasilkan opini yang menguntungkan bagi investor serta dapat mengoptimalkan harga saham (Rudangga & Sudiarta, 2016). Profitabilitas pada penelitian ini menggunakan alat ukur yaitu *Return On Assets* (ROA) yang digunakan untuk melihat sejauh apa tahap pengembalian investasi yang pernah diberikan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimilikinya. Meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan disebabkan oleh tingginya nilai dari ROA akan memikat ketertarikan para investor untuk melakukan investasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya bahwa bertambah banyaknya perolehan laba maka akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Damayanti, Rizal, & Munir (2018), Deddy & dkk (2016), Ilham & Acong (2017), dan Yusmaniarti, Setiorini, & Pitaloka (2019) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Serta penelitian dari Ardimas & Wardoyono (2014) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan (*size*) yaitu ukuran yang mana dapat dikategorikan dari besar kecilnya perusahaan ditinjau dari besarnya ekuitas, penjualan ataupun total aktiva perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Besar kecilnya ukuran perusahaan bisa ditentukan dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan, sehingga kondisi keuangan perusahaan dapat menghasilkan profit yang tinggi melalui kemajuan prospek perusahaan di masa mendatang. Ukuran suatu perusahaan yang besar akan memiliki peluang yang besar pula dalam perolehan dana karena perusahaan tersebut memiliki kemudahan dalam mengakses ke pasar modal. Total aktiva perusahaan yang besar akan membuktikan bahwa perusahaan telah mencapai tingkatan tertinggi serta mempunyai sumber dana yang kuat (Riny, 2018). Ukuran suatu perusahaan yang besar juga memiliki banyak keuntungan, seperti mendapatkan kemudahan dalam pembiayaan, menghasilkan banyak laba serta dapat mempengaruhi naiknya nilai perusahaan sehingga perihal tersebut diduga mempunyai kemampuan yang maksimal dan dapat memikat para investor untuk melakukan penanaman modalnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari & Priyadi (2016) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena ukuran perusahaan yang besar dapat mengembangkan nilai dari perusahaan. Namun terdapat perbedaan pendapat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Amalia, Topowijono, & Sri (2015) dan Glory, Yetty, & Triwahyuningtyas (2020) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian dari Taniman & Jonnardi (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Growth opportunity atau pertumbuhan perusahaan yaitu kesempatan meningkatnya pertumbuhan perusahaan di masa depan (Nurwahyuni, Mas'ud, Alam, & Djamareng, 2020). Perusahaan yang mengalami pertumbuhan cukup tinggi maka perusahaan di masa yang akan mendatang akan lebih mengarah pada penggunaan saham dalam membayari biaya operasional perusahaan. Adanya kesempatan investasi dapat membagikan simbol positif kepada para investor dan juga pihak dalam perusahaan mengenai perkembangan perusahaan di masa

mendatang, karena simbol positif yang diterima oleh investor dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Jika *growth opportunity* yang tinggi diartikan bahwa kesempatan untuk mendapatkan *return* juga akan meningkat di masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan yang semakin maju ketika memperoleh profit sehingga dapat meningkatkan anggaran pengeluaran yang diperlukan dalam menanggung biaya kemajuan perusahaan, kemudian perusahaan pantas melakukan penyimpanan anggaran perusahaan untuk pendanaan pertumbuhan (Nurwahyuni, Mas'ud, Alam, & Djamareng, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari & Priyadi (2016) bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena meningkatnya peluang berkembang suatu perusahaan maka akan semakin meningkat pula nilai perusahaannya. Hasil penelitian berbeda dengan penelitian Hestinoviana, Vidyanita, Suhadak, & Handayani (2013) dan Wardjono (2010) menyatakan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Sari & Priyadi (2016) yang meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, *size*, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah periode penelitian dan variabel independen. Penelitian ini menambahkan variabel likuiditas sebagai variabel independen yang berasal dari penelitian Putra & Lestari (2016). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019, sedangkan penelitian Sari & Priyadi (2016) menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2015.

Berdasarkan penjelasan uraian diatas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitailitas, Ukuran Perusahaan dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka dapat disusun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini dapat membuktikan bahwa:

1. Untuk mengetahui apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).
5. Untuk mengetahui apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperlukan menurut penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat memberikan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman untuk penelitian selanjutnya tentang penyebab yang mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya bagi penelitian akuntansi berbasis keuangan.
 - b. Dapat melengkapi penelitian sebelumnya, serta dapat memperbanyak informasi dan referensi tentang pengaruh likuiditas, *leverage*,

profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat menjadi bahan pertimbangan pada setiap pengambilan keputusan keuangan bagi pihak perusahaan, karena hasil penelitian ini dapat digunakan untuk melihat kembali apakah perusahaan tersebut sudah maksimal atau belum dalam meningkatkan nilai perusahaan.
- b. Dapat digunakan oleh investor atau calon investor untuk mempertimbangkan dalam berinvestasi pada salah satu atau beberapa perusahaan yang mempunyai keutamaan nilai perusahaan yang unggul.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab satu berisi menjelaskan latar belakang masalah, rumusan dari masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua menjelaskan beberapa point mengenai landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, pengembangan alternatif hipotesis dan kerangka konseptual.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab tiga menjelaskan mengenai desain dari penelitian; definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan; jenis data dan sumber data yang dipakai; metode pengumpulan data; populasi, sampel, dan teknik penyampelan; serta metode analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab empat menjelaskan mengenai gambaran umum dari objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab lima menjelaskan mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian, keterbatasan yang dimiliki dari penelitian dan saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian yang selanjutnya.