

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Tujuan utama dari perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan bagi para pemegang saham. Kepercayaan investor merupakan hal penting bagi perusahaan untuk dikenal secara luas serta adanya tambahan modal dari pihak eksternal. Semakin baik kinerja perusahaan dapat tergambar jelas dari nilai perusahaan yang dibuktikan oleh harga saham yang tinggi. Menurut (Harmono, 2009) mengartikan bahwa nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan pasti semakin baik pula nilai perusahaannya (Triagustina *et al.* 2014). Nilai yang tinggi dapat memberikan sinyal positif terhadap investor dan calon investor untuk menanamkan modal miliknya dengan tingkat harapan kemakmuran yang tinggi. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya : profitabilitas, kebijakan dividenden pertumbuhan perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut (Sudana, 2012) bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi membuktikan bahwa manajemen perusahaan berhasil dalam menginvestasikan modal beserta aktiva yang

dimiliki. Perusahaan consumer goods juga memiliki tingkat profitabilitas fluktuatif yang ditunjukkan oleh PT Kino Indonesia. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti menurunnya tingkat penjualan serta menurunnya daya beli konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Profitabilitas perusahaan dapat diukur melalui rasio *Return on Equity* (ROE), dengan membagi laba bersih setelah pajak (*earning after tax*) dengan ekuitas pemegang saham. Semakin tinggi tingkat ROE maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, sehingga tingkat profitabilitas akan meningkat. Meningkatnya permintaan saham dapat mempengaruhi harga saham menjadi naik, sehingga nilai perusahaan pun tinggi. Dengan demikian profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susanti (2016), Maryam, dkk (2020), Lubis, dkk (2017) serta Husna & Rahayu (2020) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya sehingga besar kecilnya laba dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Dividen adalah bagian dari laba bersih yang dibagikan kepada para pemegang saham (Tangkilisan dan Hessel, 2003). Pembagian dividen merupakan imbal balik atas pembelian dalam bentuk lembar saham dari perusahaan kepada pemegang saham. Kebijakan dividen menyangkut penggunaan laba yang menjadi

hak pemegang saham, karena pada dasarnya laba tersebut bisa dibagi sebagai dividen atau ditahan untuk diinvestasikan kembali (Taswan, 2003). Pembagian dividen dapat dihitung dengan menggunakan *Dividend Pay Out Ratio* yakni menentukan seberapa besar dividen per lembar saham dibanding dengan laba per lembar saham.

Pembagian dividen yang tinggi oleh perusahaan dianggap menjadi daya tarik bagi para investor, sebab dividen lebih disukai dibanding dengan capital gain karena dividen bersifat pasti. Perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019 hanya terdapat beberapa perusahaan yang membagikan dividen tunai kepada para pemegang sahamnya, hal ini mengidentifikasi bahwa tidak semua perusahaan melakukan pembayaran dividen guna keperluan dalam perusahaan. PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT Sido Muncul Farmasi Tbk merupakan perusahaan consumer goods yang membagi dividen tunai secara berturut – turut dalam 5 tahun terakhir dengan stabil. Namun, terdapat juga perusahaan yang membagi dividen dengan tingkat dividen per share lebih rendah dibanding dengan tingkat earning per share kepada para pemegang sahamnya.

Hasil penelitian terdahulu oleh Fista & Widyawati (2017), Putra & Lestari (2016) mengemukakan bahwa variabel kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian oleh Lumapo & Tumiwa (2017) bahwa kebijakan deviden berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sebab pembayaran dividen yang tinggi tidak serta merta menunjukkan bahwa perusahaan itu sehat.

Tingkat pertumbuhan dapat dilihat melalui pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan besar biasanya dapat dikategorikan dalam perusahaan yang *go public* dan memiliki pertumbuhan sangat baik, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan. (Kusumajaya, 2011) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas, melalui aset yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada nilai perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan aset yang baik adalah perusahaan yang mampu tumbuh sekitar 5% -10% per tahun untuk dapat menambah aset yang dimiliki. Semakin bertambah total aset yang dimiliki, diharapkan adanya peningkatan penjualan produk dari perusahaan.

Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam arti pemantapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar (Maryam dkk, 2020). Adanya respon baik dari investor, dapat berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan sehingga akan mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat pula (Ramdhonah, 2019). Dengan demikian semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Dalam hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017) berpendapat bahwa pertumbuhan perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan namun memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini juga sejalan dengan penelitian oleh Dhani & Utama (2017). Dalam penelitian

lain oleh Ramdhonah, dkk (2019) berpendapat bahwa pertumbuhan perusahaan secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Di Indonesia perusahaan barang konsumsi berkembang dengan pesat, dapat dilihat melalui jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun ke tahun. Perusahaan barang konsumsi dianggap sebagai salah satu perusahaan yang sahamnya tahan banting dalam keadaan krisis ekonomi sekalipun, sebab dalam keadaan apapun kebutuhan dari sektor pangan menjadi kebutuhan seluruh masyarakat. Adapun subsektor industri barang konsumsi yaitu industri makanan dan minuman, industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, dan industri peralatan rumah tangga.

CNNIndonesia.com mencatat lima emiten terbesar di sektor barang konsumsi yang telah merilis laporan keuangannya pada kuartal III 2018, antara lain PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP), PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Kalbe Farma Tbk (KLBF), dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR). Dibawah ini merupakan tingkat pertumbuhan laba dalam 3 tahun terakhir yang disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1.1 Tingkat Pertumbuhan Laba

No	Emiten	2016	2017	2018
1.	UNVR	Rp4,75	Rp5,22	Rp7,3
2.	ICBP	Rp2,83	Rp3,04	Rp3,48
3.	MYOR	Rp865,92	Rp927,85	Rp1,1
4.	HMSP	Rp9,08	Rp9,33	Rp9,69
5.	KLBF	Rp1,7	Rp1,77	Rp1,8

*Catatan : *) dalam triliun rupiah*

Sumber : CNN Indonesia | Jumat, 02/11/2018

Harga saham yang tinggi biasanya diiringi dengan tingkat pengembalian yang tinggi, sehingga nilai perusahaan pun juga akan meningkat. Dibawah ini merupakan data harga saham perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi selama periode amatan 5 tahun yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1.2 Harga Saham *Consumer Goods Industry* Periode 2015 - 2019

Kode Saham	2015	2016	2017	2018	2019
HMSP	3,760*	3,830	4,730	3,710	3,830
INDF	5.175	7.925	7.625	7.450	7.750
ROTI	1.265	1.600	1.275	1.200	1.220
UNVR	37,000	38,800	55,900	45,400	50,000
KLBF	1,320	1,515	1,690	1,520	1,600
MLBI	8,200	11,750	13,675	16,000	16,200
DLTA	5,200	5,000	4,590	5,500	5,975

*Catatan : *) harga saham disesuaikan setelah aksi korporasi*

Sumber : Data sekunder diolah 2020

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa harga saham perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi mengalami fluktuatif dalam 5 tahun terakhir. Harga saham UNVR dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, yang membuktikan bahwa investor percaya terhadap perusahaan tersebut yang dicerminkan melalui laporan keuangan tahunan dengan menunjukkan hasil laba perusahaan serta pembagian dividen yang tinggi. Hal ini dibuktikan oleh perusahaan UNVR pada periode 2015 harga saham sebesar Rp37.000/lembar dan terus meningkat hingga mencapai harga Rp50.000 per lembar sahamnya. Pada PT Nippon Indosari Corpindo justru mengalami penurunan harga saham di tahun 2017 – 2019 setelah mengalami kenaikan cukup signifikan di tahun 2016 sebesar

Rp1.600/lembar. Hal ini dikarenakan perusahaan mengalami penurunan laba hampir 15% yang dapat berpengaruh terhadap harga saham di pasar modal.

Berdasarkan uraian diatas dan dari hasil penelitian tersebut terdapat banyak perbedaan pendapat terkait dengan faktor – faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Goods Industry yang Terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019.**

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019 ?
2. Bagaimana pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019 ?
3. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019 ?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019 ?

1.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019
2. Untuk menguji pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019
3. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019
4. Untuk menguji variable profitabilitas, kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan secara simultan pada sektor Consumer Goods Industry yang terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019

1.4. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih luas kepada peneliti tentang beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan tolak ukur seberapa baik perusahaan dalam dalam roda kehidupannya dalam mengambil keputusan bagi investor dan calon investor.

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi terkait dengan profile suatu sektor perusahaan bagi investor maupun calon investor untuk menanamkan modalnya disana. Selain itu beberapa faktor juga menjadi hal penting yang sangat diperhatikan untuk melihat seberapa jauh perusahaan yang diincar sesuai dengan harapan atau tidak sebelum memutuskan untuk ber-investasi

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan hasil pengujian dari beberapa faktor yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur perusahaan dalam meningkatkan performa maupun mengontrol kendali atas perusahaannya.