

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan sebagai salah satu entitas ekonomi di suatu negara sudah seharusnya memiliki tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan utama perusahaan dalam jangka panjang adalah untuk memaksimal nilai perusahaan dan memberikan insentif bagi para pemegang saham, sedangkan tujuan perusahaan dalam jangka pendek adalah memaksimalkan laba yang diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya secara efisien (Mohammed dan Sawandi, 2013). Dalam rangka untuk memberikan sinyal positif kepada para investor, perusahaan *Go Public* akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui perbaikan kinerja perusahaan.

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. 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.

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham and Gapensi, 2006). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh hargapasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset.

Profitabilitas penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. Martalina (2011)

Profitabilitas adalah rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio profitabilitas terdiri atas *profit margin*, *basic earning power*, *return on assets*, dan *return on equity*. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *return on assets* (ROA). *Return on assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba bersih untuk pengembalian aset pemegang saham. ROA merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dari aset. Semakin besar hasil ROA 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. Jadi dapat dikatakan bahwa selain memperhatikan efektivitas manajemen dalam mengelola investasi yang dimiliki perusahaan, investor juga memperhatikan kinerja manajemen yang mampu mengelola sumber dana pembiayaan secara efektif untuk menciptakan laba bersih. (Tendi Haruman, 2008).

ROA menunjukkan keuntungan yang akan dinikmati oleh pemilik saham. Adanya pertumbuhan ROA menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dari perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor serta akan mempermudah manajemen perusahaan untuk menarik modal dalam bentuk saham. Apabila terdapat kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal (Tendi Haruman, 2008).

Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menjual produknya yang dimulai dengan proses produksi yang tidak terputus mulai dari pembelian bahan baku, proses pengolahan bahan hingga menjadi barang jadi. Dimana hal ini dilakukan sendiri oleh perusahaan tersebut sehingga membutuhkan sumber dana yang akan digunakan pada aset tetap perusahaan. Perusahaan manufaktur lebih membutuhkan

sumber dana jangka panjang untuk membiayai operasi perusahaan mereka, salah satunya dengan investasi saham oleh para investor, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi juga kemakmuran pemegang sahamnya. Nilai perusahaan merupakan konsep yang penting bagi investor, karena dinilai merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan saat ini. Krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008 lalu menghasilkan dampak yang cukup signifikan terhadap pasar modal di Indonesia yang tercermin dari turunnya harga saham hingga 40-60 persen dari posisi awal pada tahun 2008 (Sumber: Kompas, 25 November 2008). Fenomena ini disebabkan oleh aksi melepas saham oleh investor asing yang membutuhkan likuiditas dan diperparah oleh ikutnya investor domestik yang juga melepas saham secara beramai-ramai. Kondisi tersebut dinilai mempengaruhi nilai perusahaan karena nilai perusahaan itu tercermin dari harga sahamnya.

Sehubungan dengan analisis industri dimana penjualan dan laba sebagai indikator, ada fenomena yang terjadi di Bursa Efek Indonesia dimana harga saham suatu

perusahaan seringkali bereaksi setiap kali ada publikasi atas pencapaian penjualan atau laba suatu perusahaan. Salah satu contoh, ketika PT Astra International Tbk (ASII) mengumumkan bahwa perusahaan meraih pendapatan Rp 129,99 triliun, atau meningkat 31,93% dibanding pendapatan di 2009 dan laba bersih melejit 43% (Kontan, 25 Februari 2011), harga saham ASII langsung bereaksi dari harga pembukaan Rp 51.400,- pada tanggal 25 Februari 2011 ditutup menjadi Rp 51.550,- pada hari yang sama. Harga saham ini terus meningkat hingga mencapai Rp 54.000,- pada penutupan tanggal 28 Februari 2011 (<http://finance.yahoo.com>).

Contoh kasus lain, tanggal 21 Februari 2010 PT. Astra Otoparts Tbk (AUTO) mengeluarkan pernyataan bahwa perseroan membidik kenaikan pendapatan tahun ini minimal Rp 5,79 triliun, angka ini naik 10% jika dibandingkan dengan pendapatan perseroan tahun lalu (www.etrading.co.id). Pada hari yang sama, pasar langsung bereaksi dimana harga pada sesi pembukaan adalah Rp 12.900,- dan pada tanggal 24 Februari 2010 naik menjadi 13.950,- pada sesi penutupan. Dari kedua contoh kasus di atas terlihat bahwa harga saham langsung naik seiring dengan meningkatnya perolehan penjualan dan laba (profit). Karena nilai perusahaan diukur dengan harga saham, maka dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun meningkat.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai :
PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN

DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA PERIODE TAHUN 2011-2015.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang akan diuraikan sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode tahun 2011-2015?
- b. Bagaimana pengaruh solvabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode tahun 2011-2015?
- c. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode tahun 2011-2015?
- d. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia periode tahun 2011-2015?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap Nilai perusahaan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun (2011-2015)
- b. Untuk menganalisis pengaruh solvabilitas perusahaan terhadap Nilai perusahaan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun (2011-2015)

- c. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun (2011-2015)
- d. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas perusahaan terhadap Nilai perusahaan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun (2011-2015)

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Analisa ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengambil langkah selanjutnya, karena perusahaan telah memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan .

2. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai kebijakan nilai perusahaan yang optimal.
- b. Dapat digunakan untuk generalisasi guna pengembangan teori mengenai nilai perusahaan .
- c. Dapat memperkaya literatur penelitian empiris mengenai pasar modal syariah di Indonesia.