

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia usaha saat ini semakin berkembang dan menyebabkan persaingan bisnis antar perusahaan di Indonesia semakin meningkat. Jumlah penduduk Indonesia yang banyak dan daya beli yang cukup tinggi menjadikan Indonesia dikenal sebagai target investasi para investor untuk menanamkan modalnya di suatu perusahaan (Tsabat, 2016). Meredupnya kinerja perusahaan sektor lain mendorong investor mulai mencari alternatif investasi pada sektor yang masih bisa tumbuh. Salah satu sektor ekonomi yang berpotensi untuk terus berkembang adalah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur mempunyai serangkaian kegiatan perusahaan yang panjang, mulai dari mengolah bahan mentah hingga menjadi bahan jadi.

Kemunculan berbagai perusahaan baik kecil maupun besar sudah merupakan fenomena yang biasa. Fenomena ini mengakibatkan tingkat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Persaingan bagi perusahaan dapat berpengaruh positif yaitu dorongan untuk selalu meningkatkan suatu produk yang dihasilkan, akan tetapi persaingan juga menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan, yaitu produk mereka akan tergeser dari pasar apabila perusahaan gagal meningkatkan mutu dan kualitas produk-produk yang dihasilkan (Ramadhan, 2017). Karena itu diperlukan kegiatan untuk menciptakan atau mengembangkan produk yang ada, agar dapat menjadi keunggulan dan strategi diferensiasi perusahaan dengan perusahaan lain (Kinanti, Nuzula, 2017).

Selain itu penguasaan teknologi dan kemampuan komunikasi juga sangat dibutuhkan untuk terus dapat bertahan dalam dunia bisnis saat ini maupun di masa depan. Dengan semakin ketatnya persaingan di era globalisasi ini perusahaan harus memiliki tujuan yang tepat dalam mendirikan perusahaan dan peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan. agar perusahaan mampu menghadapi persaingan yang kompetitif dan keberlangsungan hidup perusahaan dapat terjaga (**Pratiwi, Amanah, 2017**).

Nilai perusahaan sendiri ditentukan oleh keputusan investasi. Investasi adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara menanamkan dana pada saat ini dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan (**Ananda, Nugraha, 2016**). Menurut **Kusumajaya (2011)** menyatakan bahwa “nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan”. Harga saham tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan tentunya akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

Kemakmuran pemegang saham erat kaitannya dengan return yang akan diperoleh oleh pemegang saham (**Pratiwi, Amanah, 2017**). Maka dari itu nilai perusahaan biasanya dilihat oleh investor dalam berinvestasi. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *Growth Opportunity*, *Institutional Ownership* dan Kebijakan Dividen. Ketiga faktor ini akan mampu menarik investor dan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi di

perusahaan, sehingga akan mempengaruhi cara pandang investor terhadap nilai perusahaan.

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan dan merupakan kesempatan perusahaan untuk melakukan investasi pada hal-hal yang menguntungkan perusahaan (**Setyawan, Topowijono, & Nuzula, 2016**). Apabila *growth opportunity* suatu perusahaan tinggi maka perusahaan akan cenderung membutuhkan dana dalam jumlah yang cukup besar untuk membiayai pertumbuhan tersebut dimasa yang akan datang sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan. *Growth opportunity* merupakan faktor yang sangat penting karena untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, peluang pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai analisis tercapainya kemakmuran pemegang saham. Perusahaan dengan peluang yang bagus akan mudah untuk mencapai targetnya (**Pratiwi, Amanah, 2017**).

Pada dasarnya *growth opportunity* merupakan cerminan dari produktivitas perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditor) (**Putri, Fidiana, 2016**). Pertumbuhan perusahaan akan membuat investor tertarik terhadap perusahaan karena pertumbuhan perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki prospek yang menguntungkan di masa depan, sehingga investor mengharapkan akan mendapatkan *rate of return* atas investasi yang mereka tanamkan (**Ananda, Nugraha, 2016**).

Pengetahuan investor tentang informasi pertumbuhan suatu perusahaan sangatlah penting. **(Putri, Fidiana, 2016)** Perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan semakin meningkat dimasa mendatang akan lebih memilih menggunakan saham dalam mendanai operasional perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan mempunyai prediksi peluang pertumbuhan rendah maka perusahaan akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang. Semakin meningkat pertumbuhan perusahaan maka akan menggunakan dana eksternal berupa hutang semakin sedikit.

Dalam artian perusahaan tersebut telah mencapai profitabilitas yang tinggi. Sehingga dalam menutupi dana operasional masih bisa menggunakan laba yang didapat perusahaan. Maka hal tersebut akan membuat investor bersyarat positif terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Semakin baik pertumbuhan perusahaan maka memberi respon positif bagi investor untuk melakukan investasi. Sehingga harga saham perusahaan tersebut meningkat. Harga saham inilah yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian dilakukan oleh terdahulu yang dilakukan oleh **Hermuningsih (2013)** dan **Ananda, Nugraha (2016)** menunjukkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap jilai perusahaan. Hasil penelitian berbeda dilakukan oleh **Putri, Fidiana (2016)** dan **Pratiwi, Amanah (2017)** menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain *growth opportunity* faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *institutional ownership*.

Institutional ownership adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh investor institusi seperti perusahaan asuransi, perusahaan investasi, bank dan pemerintah. Investor institusional diyakini memiliki kemampuan untuk memonitor tindakan manajemen lebih baik dibandingkan investor individual. Institusi sebagai pemilik saham dianggap lebih mampu dalam mendeteksi kesalahan yang terjadi (**Setiyawati, dkk, 2017**). Kepemilikan institusional memiliki kewenangan dalam memonitor manajemen dan adanya kepemilikan institusional dapat mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (**Tarjo dalam Sholekah, 2014**).

Usaha perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan akan menimbulkan masalah keagenan yang merupakan konflik kepentingan antara manajer atau agen dan pemegang saham atau principal. Pemegang saham akan cenderung memaksimalkan nilai saham dan memaksa manajer untuk bertindak sesuai dengan kepentingan mereka melalui pengawasan yang mereka lakukan. Disisi lain manajer memiliki dorongan untuk mengejar kepentingan pribadi mereka. Bahkan tidak tertutup kemungkinan para manajer melakukan investasi walupun investasi tersebut tidak dapat memaksimalkan nilai pemegang saham (**Ramadhan, 2017**). Perbedaan kepentingan tersebut menimbulkan konflik keagenan. Untuk itu pemegang saham perlu melakukan monitoring untuk setiap tindakan atau kebijakan agen sehingga konflik kepentingan dapat dikurangi. Semakin banyak kepemilikan institusional maka perilaku oportunistik manajer dapat dicegah sehingga menyebabkan kinerja manajer dapat diawasi secara optimal (**Ardianto, 2017**).

Hal yang tidak konsisten ditunjukkan dalam beberapa penelitian terkait pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Putri, Fidiana (2016), Lestari (2017) dan Wida (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian **Nuraina (2012)** bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Faktor berikutnya yang juga mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan deviden.

Pembagian hasil atau laba kepada pemilik perusahaan disebut sebagai dividen. Kebijakan dividen ialah kebijakan yang dikaitkan dengan penentuan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada para pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan (**Sukirni, 2012**). Pembagian dividen haruslah tepat, dividen yang terlalu tinggi akan mengganggu ekspansi perusahaan, sedangkan dividen yang terlalu rendah akan menurunkan minat investor. Kebijakan dividen yang tepat akan meningkatkan harga saham yang menjadi salah satu indikator nilai perusahaan (**Wijaya et al., 2010 dalam Himawan, Christiawan, 2016**).

Kebijakan dividen adalah pembagian pendapatan (*earning*) yang di bayarkan kepada para pemegang saham atas persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) (**Senata, 2016**). Keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham akan menentukan kesejahteraan para pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Masalah yang sering dihadapi suatu perusahaan adalah keputusan pembagian dividen. Dividen merupakan alasan bagi investor dalam menanamkan investasinya, dimana dividen merupakan pengembalian yang akan

diterimanya atas investasinya dalam perusahaan (**Kohar, 2017**). Para investor memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraannya dengan mengharapkan pengembalian dalam bentuk dividen, sedangkan perusahaan mengharapkan pertumbuhan secara terus menerus untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus memberikan kesejahteraan kepada para pemegang sahamnya.

Berdasarkan hasil penelitian **Fenandar dan Surya (2012)** mengenai pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Bahwa relevansi kebijakan dividen dengan nilai perusahaan berdampak kepada nilai perusahaan tercermin dari perubahan harga saham perusahaan. Peningkatan dari pembayaran dividen akan menunjukkan prospek perusahaan yang lebih baik dan investor akan meresponnya dengan pembelian saham sehingga terjadi peningkatan nilai perusahaan.

Hasil yang serupa juga ditemukan oleh **Senata (2016)** yang menyatakan Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian tersebut bertentangan ditemukan oleh **Normayanti (2017)** yang menyatakan kebijakan dividen secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian **Wahyudi dan Pawestri dalam Sari, Andi (2015)** yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian juga ditemukan oleh **Mardiyanti et al. (2012)** dimana kebijakan dividen memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Dalam kondisi ekonomi global saat ini persaingan usaha sangat ketat khususnya dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
2. Lemahnya pertumbuhan perusahaan yang membuat investor berisyarat negatif terhadap prospek perusahaan di masa mendatang.
3. Adanya masalah keagenan yaitu konflik kepentingan antara manajer atau agen dan pemegang saham atau principal.
4. Adanya kesulitan yang dialami perusahaan dalam membuat keputusan pembagian dividen. Dimana pihak manajemen perusahaan harus membuat ketetapan dalam pembagian dividen, namun tetap memperhatikan alokasi laba ditahan sebagai dana internal untuk melakukan reinvestasi guna memaksimalkan nilai perusahaan.
5. Belum konsistennya hasil penelitian yang terdahulu sehingga perlu diadakannya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *Growth Opportunity*, *Institutional Ownership* dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian perlu ditetapkan agar fokus pada inti permasalahan yang ada sehingga tidak menyimpang dari sarasannya. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penelitian ini difokuskan pada pengaruh *growth opportunity*, *institutional ownership* dan kebijakan dividen

terhadap nilai perusahaan. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan pokok yang akan diteliti oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?
2. Bagaimana pengaruh *Institutional Ownership* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?
3. Bagaimana pengaruh Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap:

1. Pengujian pengaruh *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
2. Pengujian pengaruh *Institutional Ownership* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
3. Pengujian pengaruh Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Menyediakan informasi yang berkaitan dengan *growth opportunity*, *institutional ownership* dan kebijakan dividen terhadap serta pengungkapan tanggung jawab perusahaan dapat digunakan untuk penelitian para akademisi dan praktisi dibidang akuntansi di masa yang akan datang
2. Diharapkan dapat memberi manfaat kontribusi dalam pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan praktik pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Bagi regulator terkait, penelitian ini diharapkan membantu untuk mengembangkan, mengubah, menjelaskan standar yang berlaku guna mencapai pasar modal yang efisien dan perlunya informasi yang diungkap dalam laporan tahunan.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan rangsangan secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.