

BAB I

PENDAHULUAN

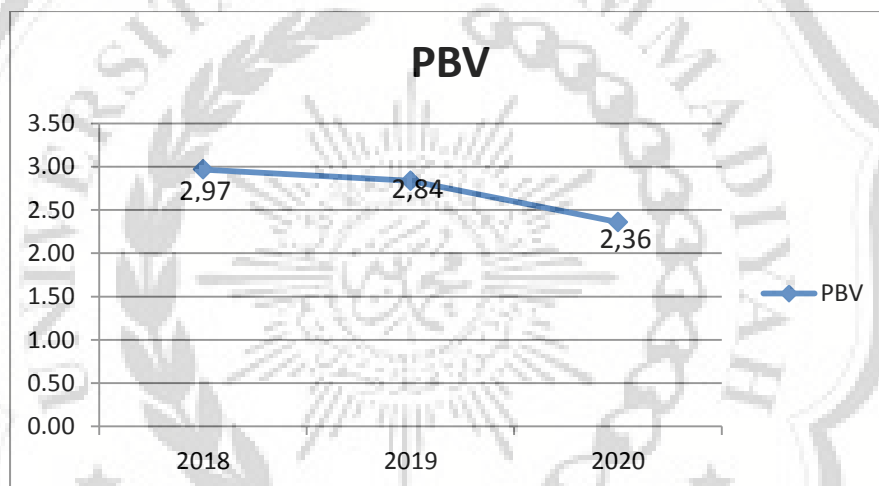
A. Latar Belakang

Tingkat persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, selain itu juga mementingkan kepentingan karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam memperoleh keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawabnya kepada pemilik saham, oleh karena itu dalam memperhatikan tanggung jawabnya perusahaan harus mempertahankan nilai perusahaan (Hidayat, 2019).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil perusahaan dalam upayanya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik saham dan para pemegang saham yang tercermin dari harga saham (Mahayati dkk., 2021). Nilai perusahaan menggambarkan baik atau buruk manajemen dalam mengelola aset perusahaan. Baik atau buruknya manajemen dalam mengelola aset perusahaan dapat dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh perusahaan. Perusahaan akan selalu berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Nathanael & Panggabean, 2020). Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur

menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV). Perusahaan baik, umumnya memiliki rasio PBV diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar sahamnya tinggi. Apabila nilai pasar saham perusahaan rendah bisa jadi perusahaan tersebut memiliki rasio leverage yang tinggi (Manggale & Widyawati, 2021).

Gambar 1.1
Grafik Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur
Periode 2018-2020



Sumber: www.idx.co.id

Gambar 1.1 menunjukkan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang diukur oleh rasio *Price to Book Value* (PBV) cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2018, rata-rata PBV perusahaan manufaktur sebesar 2,97%, kemudian mengalami penurunan sebesar 0,13% pada tahun 2019 yakni menjadi 2,84%. Hal yang sama terjadi pada tahun 2020, rata-rata PBV perusahaan manufaktur mengalami penurunan sebesar 0,48% dibanding tahun 2019 lalu yakni menjadi 2,36%.

Aktivitas Industri Indonesia menurun, dilihat dari *Purchasing Managers Index* (PMI) manufaktur Indonesia turun hingga angka 27,5. Hal ini terjadi karena turunnya utilitas industri hingga 50%. Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia Shinta Wijaya Kamdani mengatakan, menurunnya angka PMI manufaktur Indonesia terjadi karena berkurangnya suplai bahan baku industri serta menurunnya permintaan ekspor dari berbagai negara tujuan (Fajar, 2020). Berdasarkan fenomena yang terjadi pada tahun 2018-2020 dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat mengalami kenaikan bahkan penurunan. Kenaikan atau penurunan nilai perusahaan ini dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal dari perusahaan itu sendiri.

Nilai Perusahaan diindikasikan oleh beberapa faktor seperti *Earning Per Share*, *Return on Asset* dan *Return on Equity* dalam penelitian Udjaili dkk (2021) kemudian *Leverage*, *Free Cash Flow*, dan *Growth Opportunity* dalam penelitian Azizah dan Dillak (2019). *Earning Per Share* merupakan salah satu hal yang menarik bagi investor untuk mengambil keputusan investasi bagi perusahaan (Pioh dkk., 2018). *Earning Per Share* merupakan pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan per lembar sahamnya (Kusumawardhani, 2021). Apabila keuntungan yang dihasilkan dari setiap lembar saham yang beredar baik, maka kesejahteraan pemegang saham dapat terjamin dengan melihat pembagian dividen pada setiap akhir tahun perusahaan beroperasi (Pioh dkk., 2018). Perusahaan dengan tingkat *earning per share* yang tinggi akan menunjukkan tingkat keuntungan yang tinggi, hal ini menunjukkan

bahwa nilai suatu perusahaan baik. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hutapea dkk (2021) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 menyatakan bahwa *Earning Per Share* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Udjaili dkk (2021) pada Perusahaan Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 yang menyatakan *Earning Per Share* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian Pihoh dkk (2018) pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 yang menyatakan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Return on Asset adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya. Semakin besar ROA maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk memberikann keuntungan melalui aset yang dimiliki perusahaan dan sebaliknya semakin rendah ROA disebabkan oleh banyaknya aset perusahaan yang menganggur, terlalu banyak investasi dalam persediaan, kelebihan uang kertas, aset tetap beroperasi tidak normal (Tanjung, 2020). Hasil penelitian Udjaili dkk (2021) pada Perusahaan Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 menyatakan bahwa *Return on Asset* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tanjung (2020) pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 menyatakan bahwa *Return on Asset*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jufrizen dan Al Fatin (2020) Pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 menyatakan bahwa *Return on Asset* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Return on Equity adalah perbandingan antara saldo laba bersih setelah pajak dengan total modal perusahaan. *Return on Equity* menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh modal yang dimiliki perusahaan. *Return on Equity* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang digunakan, besarnya perhitungan ROE menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa dengan seluruh aset yang dimilikinya (Mahayati dkk., 2021). Semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan maka semakin tinggi *return* yang akan diperoleh investor dan jika laba yang dihasilkan rendah maka *return* yang akan diperoleh investor juga semakin rendah (Manggale & Widyawati, 2021). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Udjaili dkk (2021) pada Perusahaan Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 menyatakan bahwa *Return on Equity* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Ditemukan hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Jufrizen dan Al Fatin (2020) Pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 yang menyatakan bahwa *Return on Equity* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian Hidayat (2019) pada Perusahaan manufaktur di

Indonesia periode 2012-2016 menyatakan bahwa *Return on Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman (Novari & Lestari, 2016). Kenaikan atau penurunan tingkat hutang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki tingkat risiko gagal bayar yang tinggi, hal tersebut menyebabkan laba perusahaan menurun. Apabila perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang rendah maka tingkat risiko perusahaan kecil, hal tersebut menandakan perusahaan mampu menggunakan pendanaan hutang dengan baik (Manggale & Widyawati, 2021). Hasil penelitian Suwardika dan Mustanda (2017) Pada Perusahaan Properti di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015 yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang berbeda ditemukan Nathanael dan Panggabean (2020) pada *Secondary Sektors* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018 menyatakan bahwa *Leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian Hidayat (2019) pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia periode 2012-2016 juga menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Free Cash Flow merupakan sisa kas dari aktivitas operasi bisnis yang dapat digunakan untuk pembayaran dividen, ekspansi, atau pembayaran

hutang. Semakin tinggi nilai arus kas bebas yang dimiliki perusahaan, maka semakin baik. Semakin tinggi *Free Cash Flow* akan menambah kepercayaan investor bahwa perusahaan mampu memberikann *return* yang tinggi. *Free Cash Flow* yang tinggi akan mencerminkan kinerja yang tinggi dari suatu perusahaan (Azizah & Dillak, 2019). Penelitian Yuliana (2020) pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di BEI periode 2016-2018 menyatakan bahwa *Free Cash Flow* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Widiastari & Yasa (2018) pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI periode 2011-2015 menyatakan bahwa *Free Cash Flow* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Azizah dan Dillak (2019) Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017 menyatakan bahwa *Free Cash Flow* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Growth Opportunity merupakan peluang bagi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Setiap perusahaan memiliki prediksi peningkatan pertumbuhan di masa yang akan datang. Dengan adanya prediksi peningkatan peluang pertumbuhan di masa yang akan datang, berarti akan meningkatkan saham yang ditanam oleh investor sehingga perusahaan mampu mendanai seluruh kebutuhan operasionalnya, yang juga menunjukkan keadaan nilai perusahaan dalam keadaan baik karena meningkatnya kepercayaan investor. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka nilai perusahaan juga akan meningkat (Nur, 2018). Penelitian Nathanael dan Panggabean (2020) pada

Perusahaan *Secondary Sectors* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018 menyatakan bahwa *Growth Opportunity* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Pada penelitian Ratnasari dkk (2020) pada PT Indosat, Tbk periode 2004-2018 yang menyatakan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang sama ditemukan pada penelitian Suwardika dan Mustanda (2017) Pada Perusahaan Properti di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015 yang menyatakan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Udjaili dkk (2021) yang berjudul Analisis Pengaruh *Return on Asset, Return on Equity, Debt to Equity Ratio dan Earning Per Share* terhadap Nilai perusahaan Pada Industri LQ45 Di Bursa Efek Indonesia. Replikasi penelitian ini dilakukan karena terjadinya penurunan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur selama periode 2018-2020. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu yang pertama periode penelitian ini meliputi periode pelaporan keuangan pada periode 2018 hingga 2020 sedangkan pada penelitian sebelumnya, Udjaili dkk (2021) menggunakan data periode 2015 hingga 2019. Yang kedua pada penelitian ini objek yang digunakan peneliti berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Sedangkan pada penelitian sebelumnya Udjaili dkk (2021) menggunakan objek penelitian Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2015-

2019. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur dikarenakan selama tahun 2018-2020 perusahaan manufaktur mengalami penurunan nilai perusahaan. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan industri yang dalam kegiatannya mengandalkan modal dari investor, sehingga perusahaan manufaktur perlu menunjukkan nilai perusahaan yang sehat agar para investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut (Nur, 2018).

Pada penelitian ini menambahkan variabel *Free Cash Flow dan Growth Opportunity*. Alasan peneliti menambahkan variabel karena berdasarkan saran yang diberikan oleh peneliti sebelumnya penelitian kedepannya disarankan untuk menambahkan atau mengganti variabel independen dengan variabel yang lain untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Peneliti menambah variabel *free cash flow* karena *free cash flow* dapat digunakan sebagai pengukur nilai suatu perusahaan baik atau buruk (Feriani & Amanah, 2017). Kemudian alasan menambahkan variabel *growth opportunity* karena pertumbuhan perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian yang sangat tinggi karena pertumbuhan memiliki aspek yang menguntungkan bagi investor (Syardiana dkk., 2015)

Penelitian tentang nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena berdasarkan penelitian sebelumnya masih ditemukan hasil yang tidak konsisten antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), maka dari itu diperlukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan uraian diatas, judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Earning Per Share, Return on Asset,*

Return on Equity, Leverage, Free Cash Flow dan Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diketahui permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah *Free Cash Flow* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
6. Apakah *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar peneliti terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga

penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Batasan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Laporan keuangan perusahaan manufaktur yang telah dipublikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020
2. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan dan variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Earning Per Share*, *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Leverage*, *Free Cash Flow* dan *Growth Opportunity*.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris bahwa:

- a) *Earning Per share* (EPS) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- b) *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- c) *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- d) *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- e) *Free Cash Flow* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- f) *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2. Manfaat Penelitian:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikann manfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat memberikann tambahan informasi kepada pihak yang membutuhkan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah sebagai berikut:

a) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikann referensi bagi pihak akademis dan dapat menambahkan pengetahuan dan bahan masukan di bidang akuntansi khususnya mengenai nilai perusahaan.

b) Bagi Investor

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan saat akan melakukann investasi di perusahaan.

c) Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi, bahan masukan dan pertimbangan pihak perusahaan dalam pengambilan keputusan agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.