

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya persaingan usaha dan semakin rumitnya situasi yang dihadapi oleh perusahaan modern masa kini menuntut ruang lingkup dan peran seorang manajer keuangan yang semakin luas (Andini, 2016). Perusahaan melalui manajer keuangan harus mampu menjalankan fungsinya di dalam mengelola keuangan dengan benar dan seefisien mungkin. Ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan seorang manajer keuangan dalam mengelola keuangan perusahaan adalah dengan melihat nilai perusahaan (Rinnaya, 2016).

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang dengan demikian penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan (Hermuningsih, 2012: 232). Nilai perusahaan dikatakan sangat penting karena dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang dapat berdampak pada keinginan investor untuk berinvestasi dalam perusahaan. Pemegang saham sebagai pemilik perusahaan biasanya menginvestasikan dananya dengan tujuan untuk memperoleh dividen yang tinggi. Dana investasi tersebut akan diinvestasikan kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki reputasi dengan nilai perusahaan yang baik, yang juga memiliki kemampuan untuk memperoleh laba yang tinggi (Harjito & Martono 2013).

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Berdirinya sebuah perusahaan tidak terlepas dari tujuan untuk menciptakan nilai bagi pemiliknya, dengan cara memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Kekayaan para pemegang saham dapat memberikan efek positif terhadap perusahaan dimana hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Kusuma, 2013).

Sektor pertambangan menjadi salah satu sektor primadona sepanjang tahun lalu. Hal ini membuat bobot sektor tambang meningkat terhadap indeks harga saham gabungan (IHSG). Setelah sempat terseret anjloknya harga minyak beberapa tahun terakhir, kinerja sektor mineral dan batu bara (MINERBA) di Indonesia kinclong lagi. Tak hanya berhasil mendorong harga saham-saham perusahaan pertambangan terbang tinggi di bursa dalam negeri, rebound minerba juga menambah penerimaan negara melebihi target dan mendongkrak ekspor.

Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat, harga-harga saham emiten sektor pertambangan melejit tinggi. Bahkan, harga saham PT Kapuas Prima Coal Tbk misalnya, melambung 52,6 persen lebih sepanjang tahun lalu. Ekspor sektor minerba juga melambung, berkat ekspor batu bara yang melonjak sekitar 46 persen, ke level sekitar US\$ 19,1 miliar periode Januari- November 2017. Batu bara menjadi penyumbang ekspor nonmigas terbesar kedua

dengan kontribusi 13,7 persen dari total ekspor nonmigas, setelah minyak sawit sebesar 15,1 persen (US\$ 21 miliar). Sedangkan ekspor mineral yang masuk kategori bijih, kerak, dan abu logam turun sedikit sekitar 3,6 persen ke level US\$ 3 miliar. Ini antara lain karena belum semua smelter (pabrik pengolahan mineral) yang diwajibkan undang-undang rampung. Pertumbuhan ekspor mineral tersebut signifikan mendorong total ekspor Indonesia menembus US\$ 153,9 miliar, periode Januari - November tahun lalu. Angka ini meningkat 17,2 persen dibanding periode sama tahun 2016. Demikian pula penerimaan negara bukan pajak (PNBP) sektor pertambangan berhasil mencapai Rp 40,6 triliun, lebih tinggi 25 persen dari target yang ditetapkan dalam APBN Perubahan 2017 senilai Rp 32,7 triliun. Terlampauinya target PNBP itu berkat membaiknya harga batu bara sepanjang 2017, di mana 80 persen penerimaan negara dari sektor pertambangan ini berasal dari batu bara.

Sementara itu, dalam tahun-tahun sebelumnya, penerimaan negara tersebut tidak menggembirakan, seiring melemahnya harga batu bara akibat terseret anjloknya harga minyak. Pada tahun 2016, realisasi PNBP pertambangan hanya sebesar Rp 35,4 triliun, bahkan dua tahun berikutnya terus merosot menjadi Rp 29,6 triliun dan Rp 27,2 triliun. Untuk tahun ini, ekspor batu bara dan mineral diperkirakan menguat, seiring proyeksi kenaikan harga komoditas yang terdongkrak penguatan harga minyak dunia. Harga batu bara acuan (HBA) pada Januari 2018 meningkat ke US\$ 95,54/ton, dibanding awal 2017 yang sebesar US\$ 86,23/ton. Tren penguatan harga batu bara diperkirakan berlanjut hingga akhir tahun. Membaiknya

ekonomi global tahun ini juga diprediksi mengerek permintaan batu bara dari mancanegara menjadi 371 juta ton atau bertambah 7 juta ton, dari target total produksi batubara nasional 485 juta ton. Realisasi volume ekspor batu bara tahun lalu sebanyak 364 juta ton, dari realisasi produksi nasional 461 juta ton. (WWW.BERITASATU.COM) Mengutip data kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), Indonesia Crude Price (ICP) tercatat tumbuh menjadi US\$60, 9 per barel pada desember 2017. Angka ini naik US\$1, 56 per barel jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, yakni US\$59, 34 per barel. Sementara, harga batu bara saat ini berada dikisaran US\$59, 34 per metrik ton. Diperkirakan harga batu bara masih akan stabil di level tersebut. (WWW.CNNINDONESIA.COM).

Perusahaan sektor pertambangan mengalami penambahan perusahaan dari tahun ketahun, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sektor pertambangan memiliki prospek yang baik untuk terus berkembang sehingga menarik untuk diteleti. Dengan meningkatnya laba perusahaan dan nilai perusahaan merupakan tujuan utama perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan antara lain *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas. Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang (Prastika, 2012). *Leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang (Wiagustini, 2010). Secara

teoritis hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan dibangun dengan *Trade Off Theory* yang menyatakan bahwa jumlah hutang yang semakin meningkat akan menurunkan nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2011).

Beberapa hasil penelitian yang menguji *Leverage* menurut Sari dan Abundanti (2014), serta Sholekah dan Venusita (2014) yang membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta penelitian oleh Hasibuan dkk (2016) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi *leverage* akan semakin kecil nilai perusahaan. Berbeda dengan menurut Suffah dan Riduwan (2016) menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki perusahaan (Nugraheni, 2015). Ukuran perusahaan sangat penting karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Sujarweni, 2015). Dalam *signalling theory* perusahaan dengan skala yang besar akan berani mengeluarkan saham yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil, dengan tujuan untuk membiayai kebutuhan pertumbuhan operasi yang dapat meningkatkan kegiatan penjualan perusahaan, semakin meningkatnya penjualan pada perusahaan maka keuntungan yang didapat akan tinggi dan dapat

meningkatkan nilai perusahaan serta dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Prasetyorini, 2013).

Beberapa hasil penelitian yang menguji Ukuran perusahaan menurut Rachmawati (2007), Vaeza dan Hapsari (2015), Suprayitno, dkk (2018) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan oleh Siallagan dan Mas'ud (2006). Berbeda dengan menurut Lumoly dkk (2018) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau laba dari penjualan dan investasi perusahaan (Prasetyorini, 2013). Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan (Weston dan Copeland, 1992). Semakin besar tingkat keuntungan perusahaan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan (Sutrisno, 2012). Dalam *signaling theory* menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat (Widyanti, 2014).

Beberapa hasil penelitian yang menguji Profitabilitas menurut Soliha dan Taswan (2002), Yunita (2010), dan Mahendra (2011), menunjukkan bahwa

profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Indrajaya dan Setiadi (2011), menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun menurut Selin dkk (2018) menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Rasio likuiditas adalah ratio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar segera (liquid) terhadap kewajiban segera, kemampuan bayar segera berarti digunakan aktiva lancar (aktiva liquid) untuk membayar kewajiban lancar atau utang lancar (Asnawi & Wijaya 2015: 22). Agar dapat memenuhi kewajiban lancar perusahaan memiliki alat untuk membayarnya yang berupa aset-aset lancar yang jumlahnya harus jauh lebih besar dari jumlah kewajiban-kewajiban yang segera harus dibayar (Rompas, 2013). Dalam teori sinyal menunjukkan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan, apabila rasio likuiditas meningkat maka ini berarti bahwa perusahaan mampu untuk mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen untuk menarik minat para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut (Sumanti dan Mangantar, 2015).

Beberapa hasil penelitian yang menguji likuiditas yaitu Putri (2016), menyatakan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Suprayitno dkk (2018), Sujana dkk (2017), dan Putra dan Lestari (2016) menyatakan

likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Putri dan Ukhriyawati (2016) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian tentang nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena berdasarkan hasil - hasil penelitian sebelumnya masih ditemukan hasil - hasilnya tidak konsisten antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut agar dapat dilakukan generalisasi hasil riset. Penelitian ini mengembangkan penelitian Widyantari & Yadnya (2017) dengan judul “PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD AND BAVERAGE DI BURSA EFEK INDONESIA”. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sampel penelitian Widyantari & Yadnya (2017) yaitu perusahaan food and baverage. Penelitian ini juga menambahkan variabel X yaitu *leverage* dan likuiditas, penelitian ini menggunakan sektor pertambangan dan penelitian Widyantari & Yadnya (2017) objek penelitian pada tahun 2013 - 2015. Penelitian ini menggunakan objek penelitian pada tahun 2017 - 2019. Penelitian ini dilakukan karena belum adanya hasil yang konsisten dari penelitian - penelitian terdahulu terkait variabel - variabel tersebut.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan permasalahan penelitian yaitu:

1. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah diatas, untuk menghindari terlalu luasnya permasalahan dalam penulisan maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Karena keterbatasan peneliti terhadap variabel - variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan maka peneliti ini hanya dibatasi untuk menguji pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.
2. Laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menemukan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk menemukan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menemukan bukti empiris bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menemukan bukti empiris bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Kalangan Akademis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan referensi bagi pihak akademis dan menambah wawasan di bidang akuntansi khususnya mengenai nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

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

3. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.