

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Semakin ketatnya persaingan bisnis di era globalisasi membuat para manajer perusahaan harus selalu bersikap waspada serta efektif dan efisien dalam mengambil keputusan agar keputusan yang diambil tepat dan menguntungkan perusahaan di masa yang akan datang. Tujuan perusahaan yang utama adalah memperhatikan kesejahteraan pemilik perusahaan dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan. Semua perusahaan tersebut pasti mempunyai tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Tujuan jangka pendek yaitu mendapatkan laba maksimal dengan sumber daya yang ada, sedangkan dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham, jika nilai perusahaan tinggi maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan untuk dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum dengan meningkatnya harga saham perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang suatu perusahaan. Penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa saham. Sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab dalam menyusun perencanaan mengenai cara untuk meningkatkan nilai perusahaan agar dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham. Nilai perusahaan sangat penting

karena menggambarkan keadaan sebuah perusahaan dilihat dari harga sahamnya. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *price to book value*, yaitu perbandingan antar harga saham dengan nilai buku per saham (Bringham dan Gapensi, 2006).

Berdasarkan teori struktur modal yang menyatakan bahwa nilai suatu perusahaan tidak terhindar dari kebijakan hutang. Kebijakan hutang mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan struktur modal, maka tugas terpenting yang dihadapi oleh para manajer keuangan adalah berhubungan dengan komposisi struktur modal yang dapat meningkatkan suatu nilai perusahaan. Perusahaan akan berusaha mencapai suatu tingkat struktur modal yang optimal dengan risiko yang paling kecil agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri bisa diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam operasi masa yang lalu dan prospek masa yang akan datang untuk meyakinkan para pemegang saham yang diindikatori oleh rasio-rasio seperti *market book value* dan *price earning ratio* (PER) (Mas'ud, 2008).

Keputusan investasi bertujuan untuk meningkatkan keuntungan yang tinggi disertai tingkat resiko tertentu. Keuntungan investasi yang tinggi dan tingkat resiko yang bisa dikelola dengan baik sehingga mampu menaikkan nilai perusahaan. Bila dalam berinvestasi perusahaan akan menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya perusahaan secara efisien, maka perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari calon investor untuk membeli sahamnya. Keputusan mengenai investasi akan berpengaruh secara langsung

terhadap besarnya ratabilitas investasi dan aliran kas perusahaan untuk waktu-waktu berikutnya (Riyanto, 2008). Investasi yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk memakmurkan pemegang saham, baik di masa sekarang maupun yang akan datang. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal berupa laba ditahan dan dari eksternal perusahaan berupa hutang atau penerbitan saham baru. Suatu kombinasi yang optimal dalam penentuan pendanaan sangat penting karena dapat meningkatkan nilai perusahaan (Fenandar, 2012).

Keputusan investasi perusahaan salah satunya ditentukan oleh profitabilitas perusahaan. Profitabilitas ialah suatu indikator kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. salah satu tolak ukur kinerja perusahaan yang sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut *signaling theory* menunjukkan bahwa pengeluaran investasi yang dilakukan oleh perusahaan memberikan sinyal positif, khususnya pada investor maupun kreditur bahwa perusahaan tersebut akan tumbuh dimasa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan cenderung positif.

Profitabilitas (*profitability*) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pengertian lain juga menyebutkan bahwa profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimiliki (mas'ud, 2008). Perusahaan yang memiliki

tingkat profitabilitas yang tinggi setiap tahunnya, memiliki kecenderungan untuk menggunakan modal sendiri dibandingkan dengan menggunakan hutang (kesuma, 2009). Pendapat lain juga menyebutkan dengan *return on asset* (ROA) yang tinggi yang berarti bahwa laba bersih yang dimiliki perusahaan tinggi. Oleh karena itu, apabila perusahaan menggunakan hutang yang besar, tidak akan berpengaruh terhadap struktur modal, karena kemampuan perusahaan dalam membayar bunga juga tetap tinggi.

Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen. Para investor di pasar modal sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan *profit*. Tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Menurut kasmir (2011:196), rasio profitabilitas ialah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Rasio ini dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio-rasio profitabilitas, yaitu *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), dan *operating profit margin* (OPM).

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar devidennya.

Penelitian di BEJ yang dilakukan oleh Soliha (2002) menyimpulkan bahwa, profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Selanjutnya permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai

Perusahaan juga meningkat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa investor mempertimbangkan variabel tingkat profitabilitas sebagai salah satu rasionalitas mereka dalam pengambilan keputusan investasi. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan insentif bagi peningkatan nilai perusahaan.

Profitabilitas diukur dengan indikator *Return on Equity* (ROE), dimana rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan modal saham yang telah dimiliki perusahaan. Profitabilitas juga merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih sehingga profit yang dihasilkan menjadi besar. Besar atau kecilnya profit akan mempengaruhi nilai perusahaan (Kasmir, 2008: 198).

Growth opportunity yaitu perusahaan yang memiliki kesempatan atau peluang untuk bertumbuh atau mencapai tingkat pertumbuhan atau mengembangkan perusahaannya. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan, terutama dana eksternal untuk memenuhi kebutuhan investasinya atau untuk memenuhi kebutuhan untuk membiayai pertumbuhannya (Indrajaya dkk, 2011.). perusahaan yang berpeluang untuk mencapai pertumbuhan yang tinggi pasti akan mendorong perusahaan untuk terus melakukan ekspansi usaha dan dana yang dibutuhkan pasti tidaklah sedikit dan kemungkinan dana internal yang dimiliki jumlahnya terbatas sehingga akan mempengaruhi keputusan struktur modal atau pendanaan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Gherghina (2015) di *Bucharest Stock Exchange* menyatakan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian tersebut didukung juga oleh hasil penelitian Hermuningsih (2013), mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Artinya semakin cepat pertumbuhan suatu perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi pula. Namun demikian penelitian yang dilakukan oleh Hestinoviana *et al.* (2013) dan menunjukkan hal yang berbeda yaitu pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil yang berbeda juga didapat oleh Hartono *et al.* (2013) yaitu cepat tidaknya pertumbuhan suatu perusahaan tidak akan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Perusahaan otomotif adalah perusahaan yang memiliki rantai produksi, perakitan kendaraan ataupun mobil, jaringan distribusi dan penjualan. Sektor otomotif di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang baik, hal ini dapat dilihat dihasil penjualan yang terus menerus meningkat setiap tahunnya. Perusahaan otomotif memiliki prospek yang menguntungkan bagi perusahaan, dimana perusahaan otomotif merupakan salah satu faktor penggerak dalam bisnis, mulai dari industri manufaktur komponen manufaktur kendaraan itu sendiri dan jaringan distribusi. Hal ini salah satu bukti pesatnya perkembangan dunia otomotif di Indonesia adalah masuknya mobil dan motor yang dilengkapi dengan teknologi canggih.

Tabel 1.1 Penjualan perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI 2014-2018

No	Kode Perusahaan	Penjualan Perusahaan (dalam juta rupiah)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	ASII	201.701.000	184.196.000	181.084.000	206.056.000	239.205.000
2	AUTO	12.255.427	11.723.787	12.806.867	13.549.857	15.356.381
3	BOLT	961.863,464	858.650,225	1.051.069,900	1.047.701,082	1.187.195,058
4	GJTL	13.070.734	12.970.237	13.633.556	14.146.918	15.349.939
5	IMAS	19.458.000	18.100.000	15.050.000	15.359.000	17.544.521,983
6	INDS	1.866.977	1.659.506	1.637.037	1.967.983	2.400.062
7	LPIN	70.155,464	77.790,171	141.746,864	102.949,174	95.212,682
8	PRAS	445.664,542	469.645,085	366.709,612	348.471,154	574.869,742
9	MSMS	2.632.860	2.802.924	2.879.876	3.339.964	3.933.353

Sumber : www.idx.co.id (diolah oleh peneliti 2019).

Berdasarkan data tabel 1.1 diatas menunjukkan nilai penjualan masing-masing perusahaan dengan nilai dalam juta rupiah. Dilihat dari nilainya, banyak perusahaan yang mengalami fluktuasi nilai penjualan dengan kenaikan nilai pendapatan. Penurunan tingkat pendapatan hampir semua perusahaan sektor otomotif mengalami penurunan penjualan. Seperti halnya perusahaan Astra Internasional Tbk (ASII) Meskipun mengalami penurunan ditahun 2015 dan 2016 pada tahun 2017 dan 2018 mengalami kenaikan yang cukup drastis yaitu perusahaan tersebut naik melebihi penjualan ditahun 2014 bahkan pada tahun 2018 perusahaan Astra Internasional mengalami kenaikan penjualan lebih dari pada tahun 2017. Penurunan tingkat penjualan ini disebabkan dari beberapa faktor baik dari internal dan eksternal perusahaan, seperti penurunan minat beli serta permintaan pasar. Tetapi hanya ada satu perusahaan yang selama ini mengalami kenaikan penjualan yaitu perusahaan PT Selamat Sempurna dengan kode SMSM yang selama ini mengalami kenaikan dari tahun 2014 sampai 2018.

PT Selamat Sempurna ini telah menunjukkan prospek yang bagus dalam mempertahankan produksinya ditiap tahunnya. Penjualan bisa juga

menjadi indikator dalam melihat perkembangan dan permintaan pasar terhadap produk yang ditawarkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah variabel keputusan investasi, berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah variabel *growth opportunity* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah variabel profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh keputusan investasi secara parsial terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *growth opportunity* secara parsial terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan.

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas dan rumusan masalah, maka peneliti ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian dapat menambah pengetahuan peneliti dan peneliti dapat mengetahui lebih atau lebih memahami tentang pengaruh keputusan investasi, *growth opportunity*, profitabilitas dan terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca dan sebagai referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

3. Bagi Investor

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah bahan pertimbangan dalam melakukan investasi.