

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan global yang semakin ketat menuntut perusahaan publik untuk terus meningkatkan kinerja, perkembangan dan pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu bentuk dari daya saing sebuah perusahaan. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Selain itu, perusahaan akan bersaing untuk mendapatkan penghargaan serta pandangan baik dari *public*. Asosiasi Analis Efek Indonesia (AAEI) memberikan penghargaan kepada 40 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia sebagai emiten terbaik (kontan.co.id 2016). Dengan adanya persaingan dalam dunia usaha, perusahaan akan berlomba-lomba untuk meningkatkan kinerjanya agar mampu mencapai tujuan suatu perusahaan tersebut.

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Menurut Martono dan Harjito (2005:2) perusahaan memiliki beberapa tujuan, tujuan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan yaitu para pemilik saham. Tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Melalui pandangan Adam Smith, para ahli ekonomi merumuskan sebuah kesimpulan bahwa maksimalisasi keuntungan merupakan tujuan yang tepat bagi suatu usaha (Brigham & Houston, 2010:2).

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga

pasar sahamnya, karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Menurut Brealey *et al.*, (2008:46) harga saham dan nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baiklah keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek masa depan.

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan dipandang bernilai oleh para investor untuk menanamkan modalnya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Husnan dan Pudjiastuti, 2002:7). Semakin tingginya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif untuk investasi. Pemilik perusahaan harus mampu menampilkan sinyal yang positif tentang nilai perusahaan. Keberhasilan perusahaan di Indonesia dalam menampilkan sinyal positif terhadap investor dibuktikan pada konsistensi aliran dana yang terus mengguyuri pasar Indonesia. Investor asing yang masuk melalui perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia sampai dengan awal tahun 2016, tercatat telah mencapai Rp.411 triliun (bisnis.com 2016).

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sejak perusahaan didirikan hingga saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya karena dengan meningkatnya

nilai perusahaan maka harga saham yang dimiliki perusahaan akan meningkat dan akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan para pemiliknya.

Indikator nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Q ratio* atau rasio Tobin's Q. Alasan menggunakan rasio Tobin's Q karena rasio ini dapat memberikan informasi terbaik dalam mencerminkan nilai perusahaan sebab dalam perhitungannya rasio ini melibatkan seluruh unsur dari hutang dan modal saham perusahaan, yang tidak hanya meliputi saham biasa atau ekuitas pemegang saham akan tetapi seluruh aset yang dimiliki oleh perusahaan. Oxelheim dan Randoy (2003:2378) menyatakan bahwa penggunaan rasio Tobin's Q untuk pengukuran nilai perusahaan diakui secara luas. Penggunaan rasio ini juga digunakan oleh Morck *et al.*, (1988), McConnell and Servaes (1990), Yemack (1996), McConaughy *et al.*, (1998) dan Porta *et al.*, (1999) dengan rumus Tobin's Q adalah nilai pasar saham perusahaan ditambah dengan hutang lalu dibandingkan dengan total aset perusahaan.

Keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan salah satunya dengan kemampuan pihak manajemen dalam mengaplikasikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Brigham & Houston (2010:133), jika ingin memaksimalkan nilai suatu perusahaan, manajemen harus memanfaatkan kekuatan yang ada dan memperbaiki kelemahan pada perusahaan tersebut.

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan. Berbagai macam hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Sawir (2004:102) ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan laba, aktiva, tenaga kerja, dan lain-lain, yang semuanya

berkorelasi tinggi. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dapat dilihat dengan menghitung seberapa besar aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang besar pada dasarnya memiliki finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja, tetapi disisi lain perusahaan dihadapkan pada masalah keagenan yang lebih besar. 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. Selain itu semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan maka manajemen akan lebih mudah mengendalikan perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian tentang ukuran perusahaan memberikan hasil yang beragam. Hasil penelitian oleh Dewi dan Wirajaya (2013) dan Gultom *et al.*, (2013) adalah ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) dan Pratama dan Wiksuana (2016) adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan selanjutnya adalah *leverage*. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan serta dari eksternal perusahaan berupa hutang dan penerbitan saham baru. Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* merupakan gambaran untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Hal ini dikarenakan penggunaan *leverage* mempunyai implikasi penting dan memberikan manfaat. Penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan sampai batas *leverage* tertentu

(optimal), karena manfaat yang diperoleh dari penggunaan hutang sebanding dengan biaya yang ditimbulkan.

Penelitian tentang *leverage* memberikan hasil yang tidak konsisten. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Putra & Wiagustini (2013) dan Pratama & Wiksuana (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* memberikan efek positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut didukung juga dengan hasil penelitian Rompas (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2011) dan Sholekah dan Venusita (2014) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda lagi penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013), Sambora (2014) dan Timbuleng *et al.*, (2016) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain ukuran perusahaan dan *leverage*, faktor yang mampu menentukan nilai perusahaan adalah *return on equity*. *Return on equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. *Return on equity* digunakan untuk mengukur tingkat kembalian perusahaan atau efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio yang penting adalah pengembalian atas ekuitas (*return on equity*), yang merupakan laba bersih bagi pemegang saham dibagi dengan total ekuitas pemegang saham (Brigham & Houston (2010:133). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa ROE adalah rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROE, maka harga saham

juga cenderung akan tinggi dan tindakan yang meningkatkan ROE kemungkinan juga akan meningkatkan harga saham (Brigham & Houston, 2010:133).

Penelitian tentang ROE memberikan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Wirajaya (2013), Putra & Wiagustini (2013), Prasetyorini (2013) menyatakan bahwa profitabilitas dengan *return on equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Repi *et al.*, (2016) yaitu *return on equity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, faktor likuiditas. Faktor ini selain dipandang bagi pihak investor juga dipandang bagi pihak kreditur. Nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman jangka pendek tepat pada waktunya yang diberikan oleh pihak kreditur, sehingga likuiditas dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat likuiditas, maka pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan, karena perusahaan tersebut dapat menjaga tingkat likuiditasnya, yang artinya perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian tentang likuiditas menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Rompas (2013) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Gultom *et al.*, (2013) dan Timbuleng *et al.*, (2016) menghasilkan likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Putra dan Wiagustini (2013) menghasilkan penelitian bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selain karena ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu, objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya juga berbeda-beda. Putra dan

Wiagustini (2013) dan Repi *et al.*, (2016) melakukan pengamatan pada perusahaan perbankan. Berbeda dengan Rompas (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Gultom *et al.*, (2013), Prasetyorini (2013), Pratama dan Wiksuana (2016) yang masing-masing melakukan pengamatan pada perusahaan BUMN, perusahaan manufaktur, perusahaan farmasi, perusahaan industri dasar dan kimia dan perusahaan telekomunikasi, sehingga peneliti memilih objek penelitian yang berbeda dari penelitian terdahulu yaitu perusahaan sub sektor properti dan *real estate*.

Sub sektor properti dan *real estate* merupakan salah satu sektor yang sangat bagus untuk dijadikan tempat investasi. Bahkan pengamat properti sekaligus pemilik Panangian *School of Property* menilai investasi properti di Indonesia merupakan satu-satunya yang paling menguntungkan di dunia. Ada tiga alasan mengapa prospek bisnis properti Indonesia jadi yang terbaik di dunia. Pertama, masih ada 14 juta dari 61 juta keluarga di Indonesia yang belum memiliki rumah. Kedua, pemerintah semakin kesulitan menyediakan rumah bagi keluarga kelas menengah kebawah. Ketiga, semua segmen pasar di Tanah Air terbuka luas sebagai investasi, termasuk pasar kelas paling bawah (Kompas.com, 2012).

Real Estate Indonesia (REI) memprediksikan bila bisnis properti akan terus meningkat dan tidak perlu dikhawatirkan (rei.or.id 2014). REI memprediksi pertumbuhan industri properti di Indonesia akan tumbuh sebesar 10 persen pada 2016 atau meningkat dari tahun 2015 yang diperkirakan akan tumbuh sebesar 6 persen (metrotvnews.com 2015). Sektor properti diibaratkan seperti lokomotif yang memiliki 174 gerbong dibelakangnya. Universitas Indonesia (UI) menghitung industri properti yang bergerak dapat mendorong perekonomian.

Apabila industri properti berjalan dapat menyumbang 1,5 persen pertumbuhan ekonomi nasional (kompas.com, 2016).

Selanjutnya, periode penelitian ini dilakukan mulai tahun 2012-2015, karena pada tahun 2012 sektor properti Indonesia bertumbuh cepat maka pertumbuhan keuntungan para developer properti Indonesia melonjak tajam (dari 45 perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012, 26 perusahaan mencatat pertumbuhan laba bersih lebih dari 50%) dan jelas harga properti Indonesia meningkat sejalan dengan itu (pada umumnya harga properti residensial bertumbuh hampir 30% per tahun (Indonesia-Investments.com, 2015).

Berdasarkan informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa sub sektor properti dan *real estate* memiliki pertumbuhan yang baik dan cocok untuk dijadikan tempat berinvestasi. Mengingat banyak investor dalam lima tahun terakhir bangkrut, karena itulah para investor kemudian melirik ke sektor properti dan *real estate* sebagai alternatif (okezone.com, 2016). Selain itu, terdapat 3 perusahaan sektor properti dan *real estate* yang mendapatkan penghargaan dari Asosiasi Analis Efek Indonesia (AAEI). 3 perusahaan tersebut adalah PT Lippo Karawaci Tbk, PT PP Properti Tbk, dan PT Pakuwon Jati Tbk (kontan.co.id, 2016).

Berdasarkan informasi dan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti merasa perlu meneliti kembali untuk mengetahui lebih lanjut dan mendapatkan bukti empiris dengan mengkaji kembali faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Hal itu dikarenakan pada penelitian sebelumnya masih menunjukkan perbedaan hasil dari masing-masing penelitian,

sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Determinan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* ”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti mengambil rumusan masalah untuk lebih memfokuskan dalam membahas penelitian ini. Adapun rumusan masalah yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *return on equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan dan kontribusi sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, *return on equity*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan *real estate* di BEI tahun 2012-2015.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak eksternal khususnya investor dan calon investor sebagai pihak yang menilai perusahaan guna untuk pengambilan keputusan atas penyertaan modal dalam suatu perusahaan.

b. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, *return on equity*, dan likuiditas yang diterapkan pada suatu perusahaan serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

d. Bagi penelitian yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.