

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi perekonomian pada era sekarang ini menjadi sorotan utama dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan, dalam menghadapi berbagai situasi agar mampu bertahan dan maju di tengah persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Nilai perusahaan yang maksimal memiliki arti penting bagi perusahaan karena dengan memaksimalkan perusahaan berarti memaksimalkan tujuan perusahaan (Bahrun, 2020). Perusahaan yang telah *go public* atau telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tentunya memiliki tujuan yang hendak dicapai. Tujuan perusahaan ialah memberikan kemakmuran secara maksimal kepada pemilik usaha selaku pemegang saham sebagai gambaran hasil kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari nilai suatu perusahaan yang tinggi (Aslindar, 2020).

Nilai perusahaan dapat dijadikan tolak ukur dalam menilai baik atau buruk keadaan dalam suatu perusahaan. Penurunan maupun kenaikan harga saham dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV) untuk menilai tinggi rendahnya harga saham berdasarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Pentingnya nilai perusahaan dalam mencerminkan keberhasilan perusahaan dapat mempengaruhi persepsi para penanam modal dan kemauan untuk berinvestasi pada perusahaan (Fajariani, 2022).

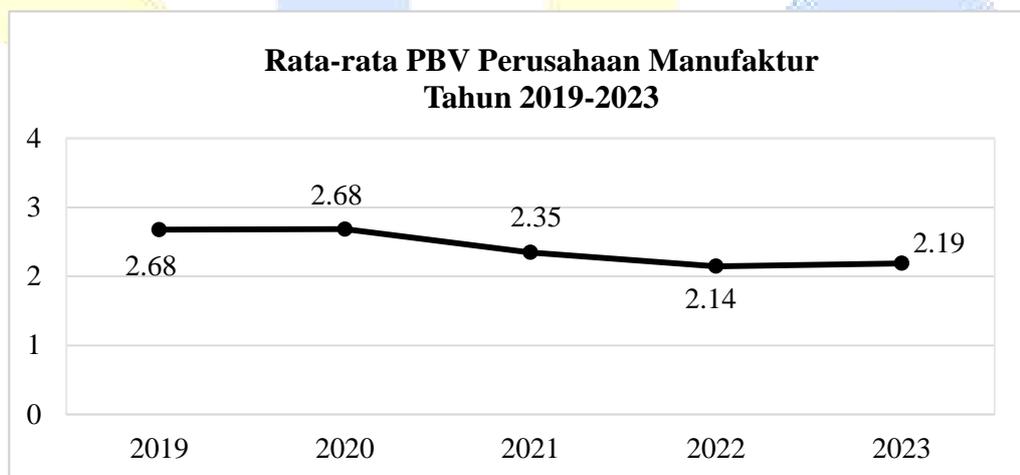
Aktivitas perusahaan manufaktur memiliki kaitan yang erat dengan kegiatan perdagangan di pasar saham, perusahaan manufaktur cukup diminati dan memiliki kontribusi yang besar terhadap pendapatan nasional. Pada tahun 2020 dan 2021 dunia sedang menghadapi wabah covid-19, hal ini menyebabkan sebagian besar masyarakat kehilangan sumber pendapatan. Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziyah, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) terdapat penduduk Indonesia usia kerja yang terdampak covid-19 dan sekitar 2,56 juta pengangguran terjadi akibat wabah tersebut menurut (Fauziyah, 2020).

Angka pengangguran yang cukup besar menyebabkan penurunan daya beli masyarakat terhadap barang dan jasa, sehingga mengakibatkan omset penjualan perusahaan mengalami penurunan. Kondisi ini memicu pukulan bagi perusahaan dan menghadapkan perusahaan pada situasi yang tidak pasti. Pandemi yang berlangsung cukup lama telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Mulanya masyarakat dengan mudah berbelanja kebutuhan sehari-hari ke pasar atau supermarket, tetapi karena pembatasan aktivitas mengakibatkan masyarakat harus berbelanja secara daring (Ilyas, 2022).

Perubahan siklus ini mendesak industri untuk meningkatkan inovasi yang dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses kebutuhan sehari-hari dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan dan menjaga kebersihan. Hal ini mendorong PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) untuk melakukan inovasi terhadap perubahan selama masa pandemi. UNVR telah melakukan setidaknya 40 inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan

konsumen terutama dalam permintaan dan pola belanja. Tingginya permintaan pada produk yang berkaitan dengan kebersihan dan kesehatan, Unilever meluncurkan produk-produk dalam kemasan ekonomis serta mengembangkan platform digital untuk mengantisipasi lemahnya daya beli masyarakat (Octaviano, 2021).

Dalam keberlangsungan usahanya perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba secara maksimal, sementara tujuan jangka panjang yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan untuk dapat menyejahterakan para pemegang saham. Berikut ini disajikan data rata-rata nilai PBV yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.



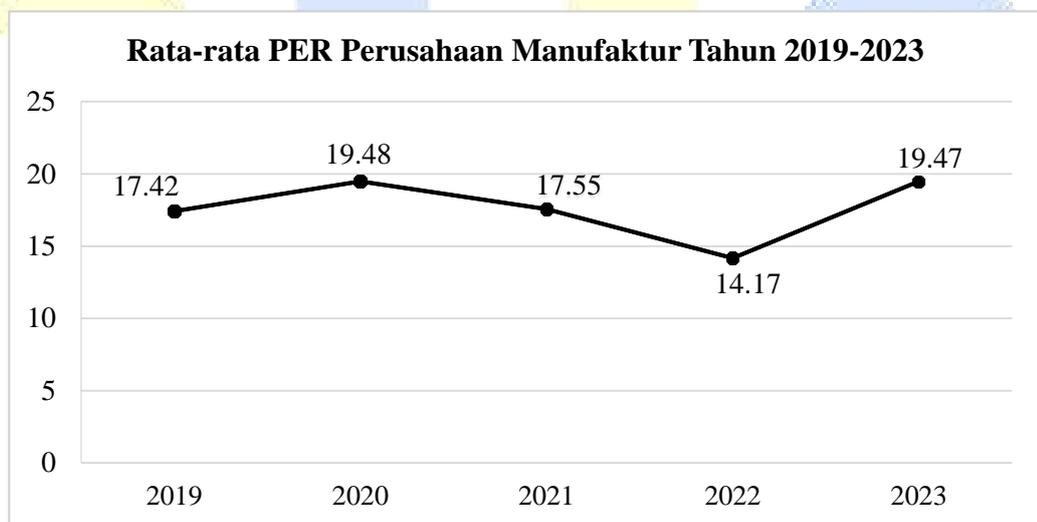
Sumber : Data yang diolah, 2024

Gambar 1.1 Nilai Rata-Rata PBV Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023

Berdasarkan grafik pada gambar 1.1, dapat diketahui bahwa rerata PBV perusahaan sektor manufaktur tahun 2019-2023 mengalami penurunan pada tahun 2022 hingga tahun 2023 dan terjadi kenaikan pada tahun 2019-

2021. Penurunan pada tahun tersebut dapat terjadi disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya yaitu perubahan kondisi pasar.

Variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *growth opportunity* (Widiantari, 2021). *Growth opportunity* merupakan sebuah harapan dari pihak internal maupun eksternal untuk memberikan sinyal dalam berinvestasi (Widiantari, 2021). *Growth opportunity* dapat memberikan gambaran peluang pertumbuhan di masa depan yang diharapkan perusahaan. Dengan mengetahui peluang pertumbuhan, investor dapat melihat peluang perusahaan dalam mencapai dan menghasilkan keuntungan baginya (Aslindar, 2020). Berikut ini disajikan data rata-rata nilai PER yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.



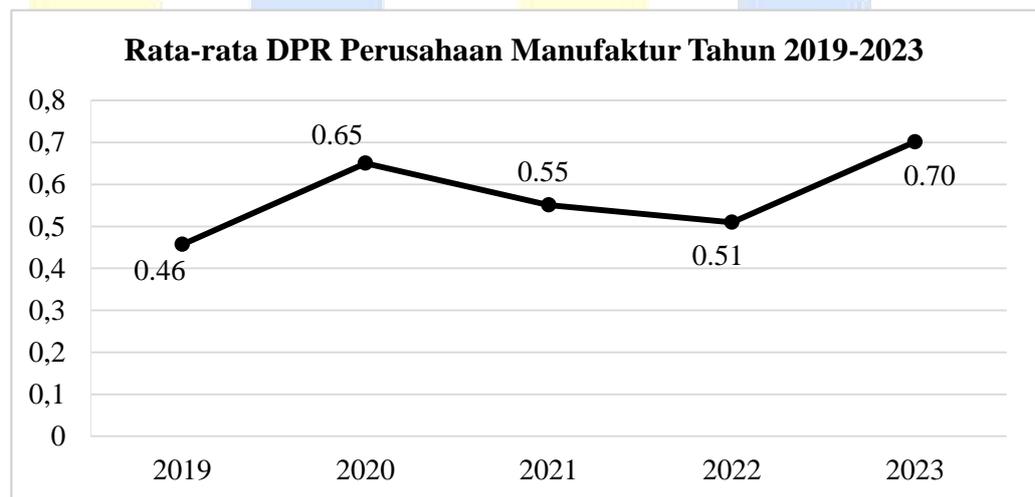
Sumber : Data yang diolah, 2024

Gambar 1.2 Nilai Rata-Rata PER Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023

Berdasarkan grafik pada gambar 1.2, dapat diketahui bahwa rerata PER perusahaan sektor manufaktur tahun 2019-2023 berada pada kisaran 14-

19 dan mengalami penurunan dari tahun 2020-2022. Hal ini menandakan bahwa nilai PER pada sektor manufaktur ini melampaui standard kelayakan yakni 15-18, namun pada tahun 2020-2021 grafik menunjukkan tidak ada peningkatan dikarenakan dampak dari gelombang covid-19 yang mengakibatkan aktivitas ekonomi belum pulih.

Variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen (Bahrin, 2020). Laba perusahaan tidak semata-mata hanya dibagikan sebagai dividen, perlu pertimbangan dalam keputusan pembagian dividen guna kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Dalam menentukan jumlah pembagian dividen perusahaan perlu melihat kemampuan jangka panjang perusahaan dalam membayarkan dividen agar mampu memuaskan para investor dan tidak memberatkan perusahaan (Bahrin, 2020). Berikut ini disajikan data rerata nilai DPR yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.



Sumber : Data yang diolah, 2024

Gambar 1.3 Nilai Rata-Rata DPR Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023

Berdasarkan grafik pada gambar 1.3, dapat diketahui bahwa rerata DPR perusahaan sektor manufaktur tahun 2019-2023 berada pada kisaran 0,46-0,70. Hal ini menandakan bahwa rerata nilai DPR pada sektor manufaktur ini berada pada posisi yang cukup ideal. Kriteria rasio DPR yang baik juga bergantung pada jenis industri dan sektornya. Nilai DPR yang tinggi dapat menimbulkan keraguan bagi investor karena apabila tiap tahun perusahaan membagikan dividen dengan rasio yang besar dari laba ditahan, maka dapat diwaspadai bahwa perusahaan tidak memiliki rencana untuk ekspansi bisnis dan mengembangkan usaha dalam jangka panjang. Apabila nilai DPR terlalu rendah dapat mempengaruhi investor untuk membatalkan berinvestasi pada perusahaan karena dinilai *passive income* tahunan dalam jangka waktu tertentu semakin kecil.

Research gap pada penelitian yang dilakukan oleh Ganesatya (2021) menemukan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda di dapat pada penelitian yang dilakukan oleh Aslindar (2020) menyatakan *growth opportunity* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh Enjelina (2022) menemukan bahwa *capital structure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda di dapat pada penelitian yang dilakukan oleh Octavus (2020) yang menunjukkan hasil bahwa rasio utang (DER) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Research gap pada penelitian yang dilakukan oleh Kevin (2021) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda di dapat pada penelitian yang dilakukan oleh Bahrun (2020) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti, menunjukkan adanya hasil yang tidak konsisten, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pertama, penambahan variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *growth opportunity*. Alasan penambahan variabel tersebut karena *growth opportunity* memberikan gambaran peluang pertumbuhan di masa depan seperti yang diharapkan oleh perusahaan. Investor juga dapat melihat peluang perusahaan dalam menghasilkan laba bagi penanam modal (Aslindar, 2020).

Kedua, menggunakan objek penelitian pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan rentang periode penelitian selama empat tahun yaitu tahun 2019-2023, bertujuan untuk memberikan hasil penelitian yang lebih akurat mengenai nilai perusahaan dengan memperpanjang tahun penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diatas dan menunjukkan hasil yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen

sebagai variabel intervening (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2019-2023)”.

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini perlu membatasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel eksogen yaitu *growth opportunity*.
2. Variabel endogen yang digunakan yaitu nilai perusahaan.
3. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kebijakan dividen.
4. Objek dari penelitian ini difokuskan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diambil selama periode 5 tahun berturut-turut dimulai tahun 2019-2023 dengan jangka penelitian selama 1 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang pada penelitian ini, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya penurunan rerata nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2019 hingga 2022 yang tertera pada gambar 1.1.
2. Adanya penurunan *growth opportunity* (PER) perusahaan manufaktur pada tahun 2020-2021 yang tertera pada gambar 1.2.
3. Adanya penurunan dividen (DPR) pada tahun 2020-2021 yang tertera pada gambar 1.3.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka di buatlah rumusan permasalahan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Bagaimanapengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
2. Bagaimana pengaruh *growth opportunity* terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
4. Bagaimana pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan deviden pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris atas hal-hal sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
2. Menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
3. Menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

4. Menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian diatas maka, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori dan konsep yang mendukung ilmu pengetahuan, termasuk manajemen keuangan yang terkait dengan masalah yang mempengaruhi nilai perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian secara praktis dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi, masukan serta pertimbangan informasi perusahaan. Bagi perusahaan dapat menjadi bahan masukan informasi pada perusahaan terutama pada perusahaan sektor manufaktur yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan dalam menentukan nilai perusahaan di dalam suatu perusahaan.