

BAB I PENDAHULUAN

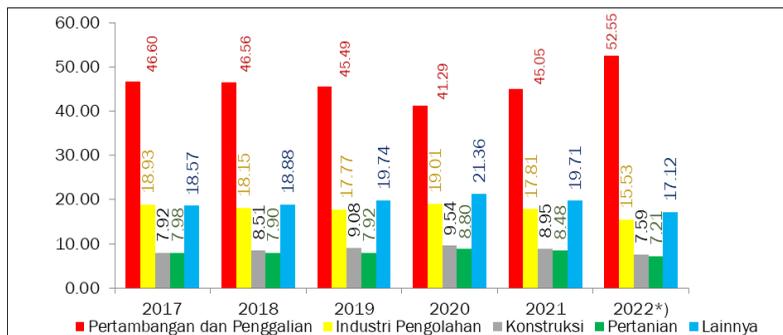
1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan dapat dikatakan sebagai persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Suatu perusahaan dapat dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Tingginya nilai perusahaan menjadi keinginan bagi pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kenyamanan pemegang saham juga tinggi (Dewi & Sujana, 2019). Nilai perusahaan yang diisyaratkan dengan *earning per share* (EPS) sangat penting dalam menunjukkan kinerja suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi para calon investor. Dengan stabilnya harga saham dan dalam jangka panjang terus mengalami peningkatan akan mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (Y. Maharani, 2022).

Nilai perusahaan yang meningkat dapat menunjukkan penilaian yang baik terhadap kinerja perusahaan maupun perspektif perusahaan. Apabila perusahaan memiliki $EPS > 1$ maka harga saham perusahaan dapat diukur lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang menunjukkan kinerja perusahaan tersebut semakin baik di mata investor (Hidayat, 2018). Perusahaan yang telah memasarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diibaratkan sebagai penilaian investor terhadap perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan dijadikan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode berikutnya. Perusahaan akan terlihat menarik di mata investor apabila informasi laporan keuangan memiliki peluang yang baik di masa depan (Elisa & Amanah, 2021).

Sektor pertambangan menjadi salah satu sektor yang mempengaruhi perkembangan perekonomian Negara berdasar

pada partisipasinya dalam menyediakan sumber daya yang diperlukan oleh Negara. Dilihat dari pertumbuhan penjualan, sektor pertambangan merupakan sektor yang paling mudah mengalami kebangkrutan. Dari penelitian (Azzahro & Seomaryono, 2020) mengemukakan bahwa beberapa tahun ke belakang, Indonesia sedang mengalami krisis dalam industri pertambangan dikarenakan harga jual batubara yang belum stabil. Beberapa tahun ke belakang ekspor batubara mengalami penurunan hingga di titik 311 juta ton.



Gambar 1.1 Kontribusi Per Sektor

Nilai perusahaan yang rendah dapat dipengaruhi oleh kondisi perusahaan yang berada dalam kondisi *financial distress*. Kondisi ini merupakan kondisi dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang dapat menyebabkan penurunan ataupun ketidakpastian akan perusahaan dalam melanjutkan perusahaannya dan dapat berakhir menjadi kebangkrutan perusahaan (N. K. Maharani, 2020).

Ukuran perusahaan yang besar akan lebih mudah dalam memperoleh sumber dana, dan secara langsung perusahaan yang memperoleh dana akan lebih dominan dalam hal melanjutkan usahanya. Namun, tetap ada kemungkinan untuk mengalami kebangkrutan meskipun perusahaannya besar. Oleh sebab itu,

penelitian difokuskan pada untuk meneliti apakah variabel terkait mempengaruhi nilai perusahaan di sektor pertambangan.

Pertumbuhan penjualan menggambarkan perwujudan kesuksesan investasi masa lalu dan dapat digunakan sebagai perkiraan pertumbuhan nilai perusahaan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga diibaratkan sebagai penanda akan permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri (Waskito & Faizah, 2021). Pertumbuhan penjualan yang stabil atau bahkan tinggi memiliki dampak positif terhadap laba perusahaan sehingga menjadi evaluasi manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal. Dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi, biasanya perusahaan akan menggunakan hutang dalam struktur modalnya (Suweta & Dewi, 2016). Dalam penelitian (Agustin & Wahyuni, 2020), menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pertumbuhan penjualan yang besar tidak selalu diikuti peningkatan dari nilai perusahaan, namun pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat menaikkan penilaian investor terhadap perusahaan. Sedangkan penelitian (Astuti & Mulya, 2018), menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan saja tidak cukup sebagai tanda bahwa perusahaan benar-benar bertumbuh.

Kebijakan Dividen berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam menetapkan jumlah keuntungan yang diterima perusahaan yang lalu dibayarkan sejumlah saham yang dimiliki oleh investor. Meskipun perusahaan dapat memberikan pertanggungjawaban mengenai nilai perusahaan kepada investor melalui dividen yg dibayarkan, perusahaan pun perlu meninjau sebagian dana yang diperlukan dalam hal untuk

mengembangkan perusahaan (Senata, 2016). Kebijakan Dividen yang ditunjukkan dengan *Dividen Payout Ratio* (DPR). Rasio ini mengukur berapa laba bersih setelah pajak sebagai dividen kepada pemegang saham (Pratitis, 2020). Kebijakan Dividen yang mewujudkan keseimbangan antara dividen saat ini dan perkembangan nilai perusahaan di masa depan sehingga memaksimalkan harga saham perusahaan (Setyani, 2018). Penelitian (Saragih, 2017), menunjukkan bahwa Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena secara umum investor hanya melihat total pengembalian dari keputusan investasi, investor tidak melihat apakah itu berawal dari pendapatan dividen. Jadi, keuntungan yang didapatkan akan diberikan sebagai dividen atau laba ditahan hal itu tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian (Husnatarina et al., 2018) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan rasio pembayaran dividen hanya uraian dan tidak mempengaruhi kekayaan pemegang saham, nilai perusahaan hanya ditetapkan oleh kesanggupan perusahaan menghasilkan keuntungan dari kebijakan investasinya.

Profitabilitas membuktikan kinerja perusahaan untuk menghasilkan laba sehingga berpengaruh pada pembuat keputusan investasi, juga termasuk indeks dalam menilai perusahaan (Ramdhaningsih & Utama, 2013). Profitabilitas memiliki hubungan dengan nilai perusahaan yaitu jika profitabilitas perusahaan tinggi, maka semakin tinggi ketepatan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan akan mewujudkan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta memaksimalkan pendapatan pemegang saham (Amro, 2019). Penelitian (Suardana et al., 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai

perusahaan. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Namun, penelitian (Warouw et al., 2016) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menyatakan bahwa walaupun profitabilitas menurun maka nilai perusahaan juga akan menurun yang dikarenakan oleh kurangnya ketertarikan investor untuk membeli saham di perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan dipandang mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan mendapatkan sumber pemodalannya baik yang bersifat internal ataupun eksternal. Ukuran perusahaan dapat diamati dari total aset yang dimiliki perusahaan, dan dapat diwakilkan menggunakan *SIZE* (Novari & Lestari, 2016). Ukuran perusahaan yang besar mengartikan bahwa semakin besar aktiva yang dapat dijadikan tanggungan untuk mendapatkan hutang sehingga hutang akan meningkat (Akbar Firlana & Fahmi Irhan, 2020). Penelitian (Oktaviani et al., 2019) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya dinilai dengan besarnya ukuran perusahaan, ada kemungkinan saat ukuran perusahaan besar nilai perusahaan menurun. Sedangkan, dalam penelitian (Dewantari et al., 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini diartikan jika ukuran perusahaan meningkat maka akan meningkatkan nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan kondisi perusahaan yang stabil dan memungkinkan untuk menarik perhatian investor.

Pertumbuhan penjualan, profitabilitas, likuiditas, dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan (Tamba et al., 2020). Sedangkan, penelitian (Anisa et al., 2021) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari penelitian-penelitian terdahulu ini menunjukkan hasil bahwa Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan memiliki pengaruh yang berbeda. Ada yang berpengaruh positif dan berpengaruh negatif. Dengan hal ini, didapatkan hasil bahwa setiap variabel memiliki hasil yang berbeda terhadap nilai perusahaan sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dari variabel Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan.

3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Diharapkan dapat memberikan deskripsi/gambaran tentang apa saja dan bagaimana pengaruhnya kepada Nilai Perusahaan agar perusahaan dapat mengarahkan hal itu.
2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Diharapkan dapat memberikan peran serta dalam menambah ilmu pengetahuan terlebih untuk Mahasiswa Akuntansi.
3. Bagi Peneliti Lain
Diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan bagi penulis lain yang melakukan penelitian skripsi tentang Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan.

