

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnisnya pasti mempunyai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan perusahaan dalam jangka pendek adalah untuk memaksimalkan laba, sedangkan tujuan perusahaan dalam jangka panjang adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Septia, 2015).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan (Sujoko dan Soebiantoro, dalam Frederik dkk. 2015).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Menurut Mardiyati dkk. (2012), suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya, haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi *leverage*. Menurut Priyastuty (2015), *leverage* merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi hutang yang dimiliki perusahaan tersebut, maka diharapkan perusahaan mampu mendanai dan

mengelola aset yang dimiliki untuk mendapatkan laba sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat. Jogyanto (dalam Prasetyorini 2013) menyatakan *price earning ratio* juga dapat memengaruhi nilai perusahaan. *Price earning ratio*, menunjukkan rasio dari harga saham terhadap *earnings*. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari *earnings*. Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh *earning per share* yang merupakan salah satu rasio pasar untuk mengukur seberapa besar pendapatan untuk setiap saham yang telah beredar. Perusahaan dapat dikatakan mampu memaksimalkan nilai perusahaan jika *earning per share* yang mereka peroleh terus meningkat. *Earning per share* yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik. *Earning per share* yang semakin meningkat dapat menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Irayanti dan Tumbel, 2014).

Berbagai teori diatas menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, *price earning ratio*, dan *earning per share* dapat memengaruhi nilai perusahaan. Tentu saja teori tersebut masih perlu dibuktikan pada kondisi yang sebenarnya. Berbagai penelitian terdahulu justru menghasilkan hasil penelitian yang berbeda-beda sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal ini.

Untuk pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiyati dkk. (2012), Mindra dan Erawati (2014), serta Marlina (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan Dewi dan Tarnia (2011) menyatakan bahwa profitabilitas yang diwakili oleh rasio *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan investor dalam melakukan investasi tidak hanya melihat hasil kembalian tetapi juga lingkungan investasi.

Untuk pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Marlina (2013) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Priyastuty (2013), menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Untuk pengaruh *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013), menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Frederik dkk. (2015), menunjukkan bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Untuk pengaruh *earning per share* terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Irayanti dan Tumbel (2014), menunjukkan bahwa *earning per share* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mindra dan Erawati (2014), menunjukkan bahwa *earning per share* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini penting dilakukan karena adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti. Hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas dapat dijadikan rumusan masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan menggabungkan beberapa variabel yang relevan satu dengan yang lainnya, dengan periode penelitian yang telah diperbarui, dan sektor industri yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Pemilihan ruang lingkup penelitian meliputi sektor industri otomotif karena beberapa tahun belakangan ini industri tersebut cukup terpuruk

dibandingkan sektor industri lainnya akibat kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) bersubsidi diikuti dengan tren pelemahan rupiah. Angka penjualan di industri otomotif turut anjlok hingga 15 persen pasca kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) bersubsidi untuk jenis premium dan solar sebesar Rp 2000 (www.harianterbit.com, 29 Desember 2014). Penjualan kendaraan roda empat dan roda dua pada periode bulan Januari hingga November 2014 mengindikasikan dan mengonfirmasi potensi tidak tercapainya target penjualan mobil dan motor tahun lalu. Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) sebelumnya menargetkan penjualan industri otomotif untuk jenis mobil di tahun lalu akan mencapai 1,25 juta unit atau naik dari tahun sebelumnya sebesar 1,22 juta unit. Namun, faktanya, kendaraan roda empat hanya terjual 1,12 juta unit. Kenaikan Bahan Bakar Minyak (BBM) tahun lalu mendorong konsumen untuk menunda pembelian mobil tersebut. Sama dengan roda empat, kendaraan beroda dua juga mengalami penjualan yang lesu. Tahun lalu, Gaikindo menargetkan penjualan 8 juta unit, namun hanya terjual 7,34 juta unit (www.koran-jakarta.com, 15 Januari 2015).

Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Bidang Tenaga Kerja, Benny Sutrisno pada acara konferensi pers di Jakarta, Selasa (25/8) mengungkapkan, sektor industri yang paling terkena dampak dari pelemahan kurs rupiah adalah sektor otomotif (www.ciputraentrepreneurship.com, 25 Agustus 2015). Melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat membuat biaya produksi produk otomotif membengkak. Ketua Asosiasi Pengusaha Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta, Buntoro (24/8) mengatakan kondisi itu memukul industri yang mengandalkan bahan baku impor. Industri otomotif adalah

satu di antara yang bakal terkena imbasnya. Rata-rata, 40 persen bahan baku industri otomotif dalam negeri berasal dari luar negeri. Pengusaha otomotif akan sulit menaikkan harga jual produk di tengah menurunnya daya beli masyarakat apalagi dengan naiknya harga, maka omzet penjualan bisa menurun (www.tempo.com, 25 Agustus 2015). Para pelaku usaha di bidang otomotif mau tidak mau harus mengorbankan keuntungannya untuk bertahan dalam situasi sekarang. Situasi ini pada akhirnya menimbulkan ketidakpastian bagi para pelaku usaha, hal ini juga tentu membuat perusahaan merugi dan jika terus menerus maka akan berdampak kepada turunnya nilai perusahaan.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel profitabilitas yang akan diukur dengan *Return on Equity* (ROE), *leverage* yang akan diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER), dan *Earning per Share* (EPS) untuk melihat apakah terdapat pengaruh atau tidak terdapat pengaruh masing - masing variabel terhadap nilai perusahaan yang akan diukur dengan *Price Book Value* (PBV).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah terdapat pengaruh profitabilitas, *leverage*, *price earning ratio*, dan *earning per share* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014 ?
- 2) Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014 ?

- 3) Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014 ?
- 4) Apakah terdapat pengaruh *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014 ?
- 5) Apakah terdapat pengaruh *earning per share* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 – 2014 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini antara lain:

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, *price earning ratio*, dan *earning per share* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 -2014.

- 5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *earning per share* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2014.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi akademisi:

- a) Sebagai bahan referensi bagi ilmu manajemen, khususnya manajemen keuangan.
- b) Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian dengan objek dan materi penelitian yang sama.
- c) Untuk menambah pemahaman, wawasan, serta mendukung teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Manfaat bagi praktisi bisnis:

- a) Sebagai informasi bagi para investor untuk bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi khususnya pada perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia.
- b) Sebagai bahan pengambilan keputusan bagi pihak manajemen perusahaan dalam mengaplikasikan variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen perusahaan di masa yang akan datang.