

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Jika dilihat dalam lingkup operasional, umumnya perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan perusahaan dalam jangka pendek pada dasarnya berfokus dalam memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dalam jangka waktu tertentu, dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara maksimal. Kemudian untuk jangka panjang, perusahaan berfokus dalam meningkatkan, mempertahankan, serta mengembangkan kelangsungan usaha dan nilai perusahaan yang dimiliki. Mencapai tujuan ini bukanlah hal yang mudah, perkembangan kondisi perekonomian global, persaingan usaha yang semakin ketat, dan pertumbuhan industri nasional mewajibkan perusahaan untuk beradaptasi dengan meningkatkan kinerjanya demi memperoleh profit yang optimal dan nilai perusahaannya ditengah persaingan bisnis.

Berbicara tentang nilai perusahaan, hal ini menjadi salah satu hal yang penting bagi perusahaan, terutama untuk perusahaan yang sudah *go public* dan membuka sahamnya kepada masyarakat. Nilai perusahaan itu sendiri dapat didefinisikan menjadi nilai jual perusahaan sebagai bisnis yang aktif. Setiap kenaikan harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya oleh investor (Natsir & Yusbardini, 2020).

Oleh karena itu, seperti yang sudah disinggung sebelumnya, meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang sangat krusial untuk dicapai. Hal ini diperjelas oleh Pangestuti & Tindangen (2020), yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tercermin dari nilai sahamnya. Jika nilai perusahaan meningkat, maka kekayaan pemegang saham juga akan meningkat. Sehingga, peningkatan nilai perusahaan menjadi keinginan utama bagi para pemegang saham dan investor. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai pasar melalui harga saham perusahaan. Untuk mencapai hal itu, diperlukan peningkatan kinerja perusahaan, baik dalam segi operasional maupun dalam segi finansial. Peningkatan dalam kedua hal tersebut pada umumnya dapat berpengaruh dalam menaikkan harga saham perusahaan.

Diluar hal tersebut, faktor eksternal juga dapat meningkatkan nilai perusahaan, terutama jika faktor tersebut datang dari pemerintah. Awal tahun 2018 menandakan peresmian *Making Indonesia 4.0* oleh pemerintah Indonesia yang dimaksudkan sebagai peta jalan (*roadmap*) Industri 4.0 untuk meningkatkan nilai tambah industri dalam negeri sehingga bisa bersaing secara global. Dalam penerapan awalnya, *roadmap* ini bakal berfokus pada lima sektor manufaktur, salah satunya adalah industri makanan dan minuman, tekstil dan pakaian, otomotif, kimia, dan elektronik. Sektor-sektor tersebut dipilih dengan mempertimbangkan faktor yang mencakup ukuran PDB (Produk Domestik Bruto), perdagangan, potensi dampaknya terhadap industri lain, besaran investasi, dan kecepatan penetrasi pasar. Hal ini menjadi kabar baik bagi perusahaan yang beroperasi dalam industri makanan dan minuman yang menjadi fokus awal *Making Indonesia 4.0*, karena

kegiatan operasional mereka menjadi lebih terbantu dengan adanya *roadmap* yang sudah disediakan oleh pemerintah Indonesia.

Namun sepertinya industri makanan dan minuman masih belum bisa memanfaatkan momentum ini. Hal ini dikarenakan dalam beberapa tahun terakhir, hanya sedikit emiten yang berasal dari subsektor makanan dan minuman yang berhasil masuk ke dalam indeks LQ45, baik sebelum maupun sesudah *Making Indonesia 4.0* diluncurkan.

Tabel I.1
Emiten Subsektor Makanan Dan Minuman dalam LQ45

Periode	Jumlah Emiten	Emiten Tercatat
February 2016 - July 2016	1	ICBP
August 2016 - January 2017	2	ICBP INDF
February 2017 - July 2017	2	ICBP INDF
August 2017 - January 2018	2	ICBP INDF
February 2018 - July 2018	2	ICBP INDF
August 2018 - January 2019	2	ICBP INDF
February 2019 - July 2019	2	ICBP INDF
August 2019 - January 2020	2	ICBP INDF

Sumber: <https://www.idx.co.id/data-pasar/laporan-statistik/ringkasan-performa-perusahaan-lq45/>

Index LQ45 merupakan indeks saham yang melihat kinerja saham dari 45 emiten terpilih. Saham-saham yang dianggap layak untuk masuk ke dalam indeks LQ45 dilihat dari kapitalisasi pasar yang besar, likuiditas saham yang tinggi, dan fundamental perusahaan yang baik. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sangat sedikit emiten yang berasal dari industri makanan dan minuman yang dapat masuk kedalam indeks LQ45. Ini menunjukkan bahwa performa saham dari perusahaan makanan dan minuman masih kurang. Hal ini sangat disayangkan mengingat sektor

ini dapat dianggap sebagai industri yang tidak pernah mati, dikarenakan makanan dan minuman adalah kebutuhan utama manusia dan tidak dapat digantikan. Selain itu, saham perusahaan menjadi kurang menarik bagi investor.

Untuk mengatasi hal ini, terdapat beberapa aspek yang dapat dimaksimalkan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Aspek pertama adalah profitabilitas perusahaan. Profitabilitas melihat seberapa besar kemampuan perusahaan dalam meraih keuntungan.

Rasio profitabilitas merupakan cerminan dari efisiensi dan kinerja aktivitas bisnis perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai keuntungan (Mardiana & Setiyowati, 2019). Pentingnya profitabilitas dijelaskan oleh Monoarfa (2018), dimana salah satu indikator penting bagi investor dalam melihat prospek sebuah perusahaan adalah melihat seberapa jauh pertumbuhan keuntungan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang besar bagi para pemegang saham. Semakin tinggi rasio profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin menarik investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan.

Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Dang et al. (2020), Chabachib et al. (2020), dan Odum et al. (2019) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda, seperti yang dilakukan oleh Aggarwal & Padhan (2017), Meivinia (2018), dan Robiyanto et al. (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian dari Anton (2016), Putranto & Kurniawan (2018),

dan Hirdinis (2019) yang menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas, aspek lain yang dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah likuiditas perusahaan. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dalam membayar utang jangka pendek (utang yang segera jatuh tempo), dengan kekayaan yang dimilikinya. Semakin tinggi rasio likuiditas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka semakin banyak utang perusahaan yang dapat dibayarkan (Hermuningsih et al., 2019). Tingkat likuiditas perusahaan akan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor akan melihat bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, jika perusahaan memiliki kemampuan dalam membayar kewajibannya, maka perusahaan tersebut berada dalam kondisi *liquid*, namun jika tidak, maka perusahaan tersebut berada dalam situasi *illiquid*. Alasan mengapa investor melihat likuiditas suatu perusahaan adalah karena likuiditas menjadi salah satu faktor utama dalam mempertimbangkan risiko investasi (Mulyadi et al., 2020).

Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan telah diselidiki oleh beberapa penelitian, dimana Mulyadi et al. (2020), Putra & Sedana (2019), Juhandi et al. (2019), dan Aggarwal & Padhan (2017) menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian dari Lybryanta et al. (2015) dan Wijaya & Purnawati (2014) menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian lain dari Pangestuti & Tindangen (2020), Hermuningsih et al.

(2019), Karakus & Bozkurt (2017) dan Anton (2016) menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Aspek terakhir yang dapat diterapkan oleh internal perusahaan adalah kebijakan dividen yang baik. Kebijakan dividen mengacu kepada praktik yang dilakukan manajemen dalam membuat keputusan pembayaran dividen atau ukuran dan pola distribusi kas dari waktu ke waktu kepada pemegang saham (Odum et al., 2019). Perusahaan dapat mendistribusikan semua keuntungan, menahan semuanya, atau dapat mendistribusikan sebagian dan mempertahankan saldo. Selain itu, kebijakan dividen memiliki keterkaitan tersendiri harga pasar sahamnya. Hal ini dikarenakan dengan penerapan kebijakan dividen, perusahaan akan menemukan keseimbangan antara pendapatan saat ini untuk pemegang saham dan pendapatan masa depan. Pendapatan dapat disimpan dan diinvestasikan kembali menjadi peluang investasi menguntungkan yang tersedia; karenanya, laba ditahan menjadi sumber pembiayaan termurah.

Terdapat beberapa sudut pandang berbeda mengenai pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian dari Dang et al. (2020), Kadim et al. (2020) dan Anton (2016) menyatakan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian dari Lumapow & Tumiwa (2017) menyatakan bahwa, kebijakan dividen memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian dari Nwaorgu & Uzoegbu (2018), Gharaibeh & Qader (2017), Munawar (2019) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan latar belakang, penjelasan, serta kesenjangan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019).**

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
2. Apakah likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
3. Apakah kebijakan dividen memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?

1.3. Tujuan

Dari rumusan masalah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

1.4. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, terutama faktor fundamental yaitu profitabilitas perusahaan, likuiditas perusahaan, dan kebijakan dividen.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk perusahaan yang diteliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menerapkan kebijakan-kebijakan finansial yang tepat di perusahaan dan membantu dalam pengambilan keputusan terkait *firm value creation* di perusahaan.

b. Untuk investor/calon investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru kepada investor untuk lebih memahami performa finansial pada perusahaan sehingga investor dapat menjadi lebih cermat untuk memilih perusahaan yang layak diinvestasikan.