BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Harmono (2009) tujuan manajemen keuangan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan para pemegang saham, yang berarti meningkatkan nilai perusahaan yang merupakan ukuran nilai objektif oleh publik dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang telah *go public* semaksimal mungkin berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya.

Nilai perusahaan merupakan nilai dari perspektif investor. Maka, nilai perusahaan juga bisa diidentifikasi melalui nilai pasar harga wajar sahamnya. Menurut Fakhruddin dan Hadianto (2001), harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Fama (1970, 1998, 2001) dalam Harmono (2009) menyatakan bahwa proses terbentuknya harga saham di pasar akan sangat tergantung pada kondisi tingkat efisiensi pasar, baik secara informasi maupun secara keputusan, mulai efisiensi bentuk lemah, setengah kuat, dan bentuk kuat. Efisiensi pasar lemah adalah ketika di pasar hanya terdapat informasi masa lalu. Efisiensi pasar setengah kuat terjadi ketika pasar memiliki informasi yang bersifat masa lalu dan sekarang. Efisiensi pasar kuat terjadi ketika pasar memiliki informasi yang bersifat masa lalu, sekarang dan informasi masa depan. Informasi berupa nilai perusahaan ini sangat penting bagi investor dan calon investor. Nilai perusahaan

mampu menggambarkan kondisi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, bagi calon investor penting untuk melihat dan menganalisis nilai perusahaan sasaran sebelum memutuskan untuk melakukan investasi. Dengan adanya informasi nilai perusahaan, calon investor mampu membandingkan dan memutuskan dari beberapa pilihan perusahaan yang dianggap paling menguntungkan. Begitu juga untuk para investor, informasi ini penting untuk bisa menentukan keputusan *buy*, *sale*, atau *hold*.

Saat ini, di Indonesia perusahaan-perusahaan dalam industri semakin banyak dan meningkat. Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan terutama pada perusahaan-perusahaan yang menjual sahamnya di bursa efek. Perusahaan-perusahaan yang menjual sahamnya di bursa efek atau sering dikenal sebagai perusahaan *go public* selalu berlomba-lomba menarik calon investor supaya berinvestasi pada perusahaannya. Kemudian, para investor akan mempertimbangkan dengan melihat besarnya nilai dari perusahaan yang tercermin dari tingginya nilai harga pasar saham. Namun, yang terjadi pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) berbeda. Menurut Hendra Kusuma (2015) dalam http://economy.okezone.com, saham TLKM dalam perdagangan Senin 16 Februari 2015 dibuka Rp 2.970 per lembar, sedangkan pada Jumat 13 Februari 2015 mencapai Rp 2.980. Dari informasi ini bisa diketahui bahwasanya harga saham TLKM menurun, akan tetapi nilai perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada waktu yang sama justru mengalami peningkatan dan terlihat cukup besar yakni sebesar Rp 300 Triliun. Oleh karena itu, fenomena ini

bertentangan dengan teori dari Fakhruddin dan Hadianto (2001) yang menyatakan bahwa jika harga saham tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Bebeberapa penelitian terdahulu telah membahas masalah nilai perusahaan. Di Indonesia penelitian tersebut dilakukan antara lain oleh Pantow, Murni, & Trang (2015), Saifulloh (2014), Prasetyorini (2013), Setyorini & Puspaningsih (2013), Randy dan Juniarti (2011), Anugrah dan Herwiyanti (2014), dan Hermuningsih (2013). Sementara itu, penelitian sejenis dari luar Indonesia dilakukan oleh Black, Kim, Jang, & Park (2015) dan Cheung, Chung, & Fung (2015). Secara umum, penelitian-penelitian tersebut menunjukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian sebelumnya menunjukan bahwa nilai perusahaan secara signifikan dipengaruhi oleh faktor struktur modal (Pantow, Murni, & Trang, 2015; dan Hermuningsih, 2013), faktor profitabilitas (Prasetyorini, 2013; dan Hermuningsih, 2013), faktor *return on asset* (Pantow et al., 2015), dan faktor *growth opportunity* (Hermuningsih, 2013).

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukan ketidakkonsistenan hasil. Prasetyorini (2013) menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Pantow et al. (2015) membuktikan bahwa faktor ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil juga semakin terlihat dengan adanya penelitian dari Setyorini & Puspaningsih (2013) yang menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel lain yang belum konsisten dalam penelitian sebelumnya adalah Good Corporate Governance. Black, Kim, Jang, & Park

(2015) menyatakan bahwa *good corporate governance* tidak signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Anugrah dan Herwiyanti (2014) menyatakan bahwa *good corporate governance* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Randy dan Juniarti (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *good corporate governance* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, faktor likuiditas saham (Cheung, Chung, & Fung, 2015), faktor *intellectual capital* (Saifulloh, 2014), faktor *price earning ratio* (Prasetyorini, 2013), faktor keputusan investasi (Setyorini & Puspaningsih, 2013), dan faktor pertumbuhan penjualan (Pantow et al., 2015) secara konsisten tidak signifikan mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini akan menggabungkan penelitian dari Prasetyorini (2013), Setyorini & Puspaningsih (2013), Pantow, Murni, & Trang (2015), Randy dan Juniarti (2011), Black, Kim, Jang, & Park (2015), dan Anugrah dan Herwiyanti (2014). Akan tetapi, perbedaannya dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel ukuran perusahaan dan *good corporate governance* saja sebagai variabel independen serta variabel profitabilitas sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini karena variabel profitabilitas dalam penelitian sebelumnya telah menunjukkan hasil yang konsisten berdasarkan penelitian dari Prasetyorini (2013) dan Hermuningsih (2013). Disamping itu, variabel *good corporate governance* juga memiliki pengaruh terhadap variabel profitabilitas dimana profitabilitas ini merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini. Penelitian yang membuktikan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap profitabilitas adalah penelitian dari Wilopo & Tjondro (2011) dan Riandi & Siregar (2011). Oleh

karena itu, penelitian ini akan menguji pengaruh *good corporate governance* terhadap profitabilitas terlebih dahulu. Selain itu, periode penelitian ini merupakan periode jangka panjang. Penelitian ini menggunakan data jangka panjang karena, dalam penelitian-penelitian sebelumnya dengan menggunakan data jangka pendek antara 3 – 4 tahun dan diperoleh hasil yang tidak konsisten. Disamping itu, belum adanya penelitian yang menggunakan data jangka panjang atau 10 tahun menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian dengan data jangka panjang.

Oleh karena itu, judul penelitian yang peneliti ambil adalah: **"ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN"**

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah variabel *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
2. Menganalisis dan menguji pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya yaitu:

1. Bagi Investor

   Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan investor untuk menentukan investasinya pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang dianggap paling menguntungkan dengan prediksi melalui nilai perusahaan serta membantu investor dalam membuat keputusan *buy*, *sale*, atau *hold*.

2. Bagi Perusahaan

   Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kinerja manajemen perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan karena telah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga faktor-faktor tersebut harus ditingkatkan guna meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi Pihak Akademisi

   Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bagian dari bahan kajian referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.