BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan suatu perusahaan sebab memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Nilai perusahaan tercemin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2009:7). Nilai Perusahaan Menurut Astuti (2014:38) nilai perusahaan adalah suatu rasio harga pasar saham yang terdapat nilai buku yang memberikan indikasi bagaimana cara pandang investor pada perusahaan. Harga saham yang tinggi akan diikuti dengan nilai perusahaan yang tinggi, Karena nilai perusahaan memperlihatkan kemakmuran pemegang saham. Oleh karena itu nilai perusahaan merupakan sebuah cerminan dari harga pasar perusahaan dimana semakin tinggi harga saham semakin diminati oleh banyak investor.

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size* nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran

perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu salah satunya pertumbuhan laba adalah salah satu tolak ukur yang biasanya digunakan untuk mengukur penilaian untuk kinerja suatu perusahaan Menurut Harahap (2015:310) pertumbuhan laba merupakan suatu rasio yang biasanya untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menaikkan laba atau keuntungan biasanya semakin tinggi dan yang dapat diperoleh oleh perusahaan yaitu membuktikan jika semakin bagus kinerja perusahaan dan maka kondisi perusahaan itu juga semakin bagus, dan para investor akan tertarik dengan menanamkan modalnya dan juga akan menambah keuntungan bagi perusahaan, biasanya diikuti dengan naiknya nilai perusahaan.

Menurut Kesuma (2009) Menyatakan bahwa faktor lain yang biasanya mempengaruhi nilai perusahaan yaitu salah satunya pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ketahun atau dari waktu ke waktu, suatu perusahaan yang baik dapat dilihat dari aspek penjualan yang harus meningkatkan dari waktu ke waktu dari. Suatu perubahan pada penjualan di setiap tahunnya dan pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Menurut Tjiptono (2008 : 604) jika suatu perusahaan dapat mencapai peningkatan penjualan dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Dividend Payout Ratio* (DPR) adalah sebuah rasio dari total dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham dibandingkan dengan *net income* dari perusahaan tersebut. Ini merupakan persentasi dari pendapatan perusahaan yang dibayarkan kepada pemegang saham dalam bentuk bagi hasil atau dividen. Yang tidak dibayarkan kepada pemegang saham akan ditahan oleh manajemen perusahaan untuk membayar hutangnya atau diinvestasikan kembali ke dalam operasional bisnisnya.

Variabel ukuran perusahaan dipilih karena terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu. Beberapa penelitian menunjukkan ukuran perusahaan memiliki hasil yang tidak konsisten terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian Soliha dan Taswan (2002) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yunita (2010), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Indrajaya dan Setiadi (2011), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siahaan (2013), Prasetya et al (2014), Indriyani (2017), dan Sofia dan Akhmadi (2018) membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Haryadi (2016), Nurminda, et al (2017) membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kemudian pertimbangan memiliki pertumbuhan memiliki pertumbuhan laba karena didasarkan pada kajian empiris penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Sutisna dan Sutarti (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan biasanya hal ini didukung juga oleh hasil

penelitian oleh Antun (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini biasanya di perkuat dengan hasil penelitian oleh Mardiana (2018) yang menyatakan pertumbuhan laba berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Situmean (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pertimbangan peneliti memiliki pertumbuhan penjualan didasarkan pada kajian empiris dari penelitian penelitian yang dilakukan sebelumnya. Peneliti menemukan hasil yang berbeda antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Hal ini di lihat dari hasil penelitian oleh Panthow et al (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan penelitian oleh Herawati (2017) mendukung penelitian ini yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai suatu perusahaan, akan tetapi hasil penelitian berbeda oleh Situmeang (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga di perkuat dengan hasil penelitian oleh Mandalika (2016) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu oleh Oktaviarni, Murni dan Suprayitno (2019) menyatakan bahwa DPR memiliki dampak yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian oleh Hidayattullah (2020) menyatakan bahwa

kebijakan dividen yang digambarkan dengan DPR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uraian latar belakang dan fenomena diatas pentingnya penerapan nilai perusahaan dalam membuat laporan keuangan perusahaan dan adanya hasil yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu yang diakibatkan oleh adanya perbedaan objek serta periode penelitian yang kemudian menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian tentang : pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, *dividend payout ratio* terhadap nilai perusahaan MNC36 tahun 2017-2021

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan MNC36?
2. Apakah pertumbuhan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan MNC36?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan MNC36?
4. Apakah *dividend payout ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan MNC36?
5. Apakah ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan dan *dividend payout ratio* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan MNC36?

1.3. Batasan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulisan membatasi :

1. Waktu

Dalam penelitian ini penulis membatasi waktu dengan pengambilan data penelitian lengkap selama 5 tahun menggunakan kurang waktu tahun 2017-2021

2. Tempat

Dalam penelitian ini penulis membatasi tempat penelitian yang dilakukan mengambil data perusahaan MNC36 yang terdapat di BEI

3. Variabel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel diantaranya adalah ukuran perusahaan (*firm size*), pertumbuhan laba (*net profit grow ratio*), pertumbuhan penjualan (*net sales grow ratio*) dan *deviden payout ratio* (DPR) terhadap nilai perusahaan (*firm value*).

1.4 Tujuan penelitian

1. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan .
4. Untuk menguji pengaruh *deviden payout ratio* terhadap nilai perusahaan.

5. untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan dan *dividend payout ratio* terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan implementasi dari ilmu ekonomi khususnya akuntansi keuangan yang telah didapat dari proses belajar penulis sehingga menambah wawasan penulis mengenai bagaimana penerapan teori dengan praktek yang sebenarnya.

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam masalah pertanggungjawaban dan kinerja serta memberikan informasi mengenai faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada masalah yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dilakukan dengan sistematika yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini di bahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian .

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian untuk mendukung pembahasan dalam masalah penelitian .

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam meneliti, jenis dan variabel penelitian, metode pengumpulan data dan alat analisis, beserta teknik analisis data.

BAB IV DATA DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang data yang didapatkan yang menjadi sumber penelitian dan hasil analisis data serta pembahasan hasil analisis.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bahasan dalam bab ini adalah kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan serta saran bagi peneliti selanjutnya.