

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu organisasi dimana sumber daya (*input*) dasar seperti bahan dan tenaga kerja dikelola serta diproses untuk menghasilkan barang dan jasa (*output*) kepada pelanggan. Perusahaan memiliki kebijakan-kebijakan dalam meningkatkan nilai perusahaannya yaitu diantaranya adalah kebijakan deviden, kebijakan utang dan kebijakan struktur kepemilikannya. Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan pertumbuhan usahanya. Maka dari itu fungsi dari manajemen keuangan mempunyai peran penting dimana fungsi utamanya adalah merencanakan, mencari dan memanfaatkan dana guna memaksimalkan nilai perusahaan.

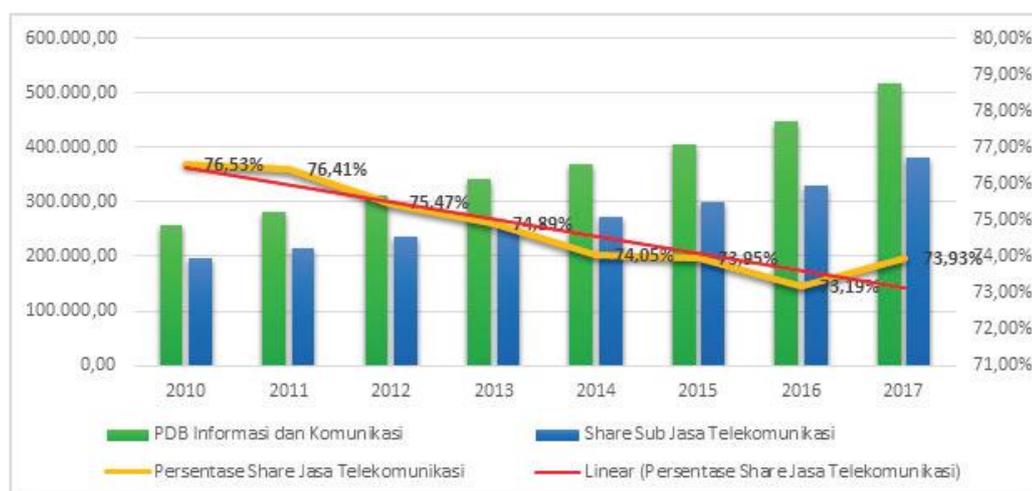
Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan, Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan. Nilai perusahaan direpresentasikan dengan nilai pasar dari saham. Artinya, bahwa tingginya nilai pasar dari saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan, dan sebaliknya. (Brigham dan Houston, 2012;76). Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan dan prospek perusahaan pada periode mendatang dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham.

Di Indonesia, Industri telekomunikasi merupakan salah satu jenis industri yang mempunyai pengaruh besar terhadap kelancaran kegiatan ekonomi. Hal ini disebabkan karena komunikasi merupakan kebutuhan utama dalam dunia bisnis. Jarak membuat mereka tidak bisa bertatap muka serta didukung dengan letak Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga membutuhkan sarana yang dapat menghubungkan tanpa harus bertatap muka

secara langsung. Indonesia memiliki banyak sekali perusahaan telekomunikasi, mereka bersaing untuk tetap menjadi yang terbaik dan diminati oleh masyarakat..

Perkembangan teknologi telah mentransformasi industri telekomunikasi di dunia. Pergeseran telekomunikasi *legacy* (voice dan SMS) menjadi telekomunikasi berbasis data didukung oleh perkembangan internet yang begitu massif. Ketersediaan infrastruktur dan akses telekomunikasi, di Indonesia telah mendorong pertumbuhan penggunaan internet melalui akses *wireless* meningkat pesat. Pertumbuhan trafik penggunaan data di Indonesia meningkat setiap tahunnya, akan tetapi peningkatan trafik data tidak berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan operator telekomunikasi.

Sektor jasa telekomunikasi telah memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia sebagai penyumbang terbesar bagi pendapatan negara bukan pajak (PNBP) dari sector Informasi dan Komunikasi, melalui pembayaran Biaya Hak Penggunaan Frekuensi (BHP). Akan tetapi, jika dilihat dari tren, *share* jasa telekomunikasi terhadap PDB Informasi dan Komunikasi mengalami penurunan. Kondisi dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 1.1. PDB Jasa Telekomunikasi Dibandingkan PDB Informasi dan Komunikasi

Sumber : Puslitbang SDPPI (2018)

Gambar diatas memperlihatkan tren, *share* jasa telekomunikasi terhadap PDB Informasi dan Komunikasi mengalami penurunan. Pada tahun 2010, *share* sektor jasa telekomunikasi mencapai 76,53%, dan mengalami tren penurunan hingga tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan telekomunikasi di Indonesia terus mengalami penurunan. Kondisi ini dikhawatirkan akan menurunkan nilai perusahaan yang bergerak pada sektor telekomunikasi. Hal ini menjadikan tantangan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor diantaranya dengan memperhatikan tingkat profitabilitas dan *Leverage* perusahaan.

Rizqia *et al.* (2013) menyatakan faktor-faktor yang secara prinsip mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Namun dalam penelitian ini hanya akan membahas dua faktor yang dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. dan *Leverage*. Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan, (Copeland dan Weston 2008:123). Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan keputusan investasi yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba

meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2012 : 317). Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat. Akan tetapi selain itu profitabilitas juga bisa menurunkan nilai perusahaan, hal ini dapat terjadi karena di dalam meningkatkan profitabilitas, perusahaan akan meningkatkan kegiatan operasionalnya sehingga biaya yang ditimbulkan dari kegiatan ini juga akan meningkat.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya *Leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* merupakan salah satu alat perusahaan untuk memperoleh modal dalam rangka mendapatkan laba yang lebih tinggi. *Leverage* juga memiliki arti suatu kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban finansial yang dimiliki baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang (Wiagustini, 2013:76). Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya. (Fahmi, 2014 :116).

Beberapa penelitian terdahulu berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dilakukan oleh Dunanti (2017) dan Mery (2017) memperlihatkan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Timbuleng (2016), dan Thaib (2017) memperlihatkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan ditunjukkan oleh Jayaningrat (2017) serta Sembiring (2016) yang memperlihatkan hasil *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda ditunjukkan oleh

penelitian yang dilakukan oleh Timbuleng (2015) serta Mery (2017) memperlihatkan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan pembayaran dividen. Kemampuan sebuah perusahaan membayar dividen erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba. Jika perusahaan memperoleh laba yang tinggi, maka kemampuan perusahaan akan membayarkan dividen juga tinggi. Dengan dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan (Martono dan Harjito, 2012; 23).

Hadirnya kebijakan dividen diprediksi akan memberikan dampak terhadap hubungan antara profitabilitas dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kebijakan dividen menjadi pusat perhatian banyak pihak seperti pemegang saham, kreditor, maupun pihak eksternal lain yang memiliki kepentingan dari informasi yang dikeluarkan perusahaan.

Kebijakan dividen sebagai variabel mediasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan kebijakan dividen menjadi pusat perhatian banyak pihak seperti pemegang saham, kreditor, maupun pihak eksternal lain yang memiliki kepentingan dari informasi yang dikeluarkan perusahaan. Dividen memiliki atau mengandung informasi sebagai syarat prospek perusahaan. Semakin besar dividen yang dibagikan kepada pemegang saham, maka kinerja perusahaan akan dianggap semakin baik, dan pada akhirnya penilaian terhadap perusahaan yang tercermin melalui harga saham akan semakin baik pula. Oleh karena itu, dengan deviden yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan (Martono dan Harjito, 2012 : 3).

Ketidakkonsistenan hasil dari beberapa penelitian terdahulu berkaitan dengan hubungan profitabilitas dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan, serta adanya peran kebijakan dividen atas hubungan profitabilitas dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan mendorong untuk mereplikasi ulang penelitian terdahulu dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Jasa Telekomunikasi melalui Kebijakan Dividen”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis merumuskan masalah, yaitu :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen ?
5. Apakah kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui variabel-variabel yang digunakan dalam model penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan dividen
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap kebijakan dividen
5. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat menambah perbendaharaan kepustakaan yang ada di STIE Mahardika Surabaya serta dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain guna keperluan pengembangan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Pengembangan ilmu pengetahuan

Untuk memperluas wawasan dan memperdalam pengetahuan penulis serta kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan agar dapat membandingkan sejauh mana antara teori dan pengetahuan yang diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan serta penerapannya dalam dunia bisnis. .

3. Aspek Praktis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perusahaan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan serta kebijakan dividen dalam kaitannya dengan nilai perusahaan serta untuk memberikan informasi tambahan dalam memacu kegiatan transaksi saham dan merumuskan strategi bersaing.