

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai merupakan sesuatu yang tidak diinginkan apabila nilai tersebut bersifat negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut dijauhi (Aldy & Susanti, 2019). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko & Soebiantoro, 2007).

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Irham, 2015). Selain itu menurut (Mayangsari, 2018). Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Pendapat lain juga mengungkapkan bahwa nilai perusahaan berkaitan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan

kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan (Maya Septiyuliana, 2016).

Perusahaan mempunyai tujuan jangka panjang yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham akan semakin meningkat. Menurut (Prasetyo, 2011). Nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa dimensi diantaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik.

Perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut (Suharli, 2006).

PT Unilever Indonesia Tbk perusahaan Indonesia yang merupakan anak perusahaan dari unilever. Perusahaan ini merupakan Salah Satu perusahaan penanaman modal asing terbesar di Indonesia, Unilever Indonesia dikenal luas sebagai perusahaan utama dalam produksi barang-barang konsumsi.

PT. Unilever Indonesia TBK dikenal sangat maju dan perkembangannya sangat pesat untuk itu Nilai perusahaan pada PT. Unilever Indonesia TBK bisa dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya Pertumbuhan adalah dampak atas arus dana perusahaan dari perubahan operasional yang disebabkan oleh pertumbuhan atau penurunan volume usaha. Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, dan investor pun akan mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang dilakukan menunjukkan perkembangan yang baik. Pertumbuhan merupakan aset perusahaan dimana aset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Pertumbuhan perusahaan (*Growth*) yang semakin cepat dalam menghasilkan laba, maka akan semakin besar pengeluaran yang dibutuhkan untuk membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut, sehingga harus membatasi dividen supaya dapat menyimpan dana dalam perusahaan untuk investasi pertumbuhan (Utomo, 2013).

Pertumbuhan Perusahaan (*Company Growth*) Adalah Peningkatan atau Penurunan total asset yang dimiliki oleh perusahaan (Utomo,2013). Pertumbuhan Perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan asset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya. Semakin tinggi karena pertumbuhan memiliki aspek yang menguntungkan bagi pihak investor. Setiap Tahunnya Perusahaan Pasti

Memiliki Total Aset atau pendapatan yang berbeda-beda di tunjukan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1.

Pertumbuhan Perusahaan PT. Unilever Indonesia TBK

No	Tahun	Pertumbuhan Perusahaan
1.	2019	26.8%
2.	2020	12%
3.	2021	-7.97%
4.	2022	4.23%
5.	2023	-6.33%

Sumber : Website PT. Unilever Indonesia TBK

Naik turunnya nilai Pertumbuhan perusahaan yang ada di Perusahaan PT. Unilever Indonesia TBK bisa dilihat dengan menghitung rasio pertumbuhan (*Growth Rate*) cara menghitungnya dengan melihat pertumbuhan penjualan

$$Net\ Sales\ Growth\ Ratio = \frac{Net\ Sales\ t - Net\ Sales\ t-1}{Net\ Sales\ t-1} \times 100\ %$$

Present adalah melihat nilai jumlah penjualan sedangkan past adalah jumlah penjualan dimasa lalu. Bisa dilihat dari jumlah penjualan di PT. Unilever Indonesia TBK pada tahun 2020 $(42.972.474 - 42.972.568 : 42.972.568 \times 100 \%) = 12 \%$ sedangkan pada tahun 2023 $(38.611.401 : 41.218.881 : 41.218.881 \times 100) = - 6.33\%$. Perusahaan Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang

Sama. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pementapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang tumbuh cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati, karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu negatif.

Kebijakan dividen merupakan bagian dari keputusan pembelanjaan perusahaan, khususnya berkaitan dengan pembelanjaan intern perusahaan. Hal ini karena, besar kecilnya dividen yang dibagikan akan mempengaruhi besar kecilnya laba ditahan. Laba ditahan merupakan salah satu sumber dana intern perusahaan (Sudana, 2009). Dividen adalah pembagian bagian keuntungan kepada para pemegang saham. Besarnya dividen yang dibagikan perusahaan ditentukan oleh para pemegang saham pada saat berlangsungnya Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Tabel 1.2.
Kebijakan Dividen

No	Tahun	Kebijakan Dividen
1.	2019	124%
2.	2020	103%
3.	2021	110%
4.	2022	109%
5.	2023	106%

Sumber : Website PT. Unilever Indonesia TBK

Kebijakan dividen bisa di lihat menggunakan rumus yang digunakan menurut (Khasmir,2019).

$$DPR = \frac{\text{Dividen Per Lembar Saham (DPS)}}{\text{Pendapatan Per Lembar Saham (EPS)}} 100 \%$$

Kebijakan dividen yang terjadi pada PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019 adalah pada pendapatan/ penjualan bersih $(1205: 969) \times 100 \% = 124 \%$. Besarnya jumlah dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena para investor akan melihat bagaimana perusahaan dalam membagikan dviden. Kemampuan perusahaan untuk membayar dividen semakin besar jika perusahaan memperoleh keuntungan dalam jumlah yang besar juga. Besar kecilnya dividen yang dibagikan akan sangat mempengaruhi kesejahteraan bagi pemegang saham, karena keuntungan yang diperoleh pemegang saham menjadi penentu untuk mensejahterahkan para pemegang saham dimana hal itu menjadi salah satu tujuan perusahaan. Dengan meningkatnya pembayaran dividen maka para pemegang saham akan mengartikan bahwa kinerja perusahaan tersebut semakin baik di masa yang akan datang dan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Bedasarkan Penjelasana diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan uraian judul **“Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Unilever Indonesia TBK Periode 2008-2023 “**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah berpengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Kebijakan

Dividen terhadap Nilai Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2008-2023 baik secara parsial maupun secara simultan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2008-2023 baik secara parsial maupun secara simultan.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan memberikan manfaat untuk diri sendiri dan orang lain, terlebih untuk perkembangan ilmu pengetahuan.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan perbandingan terhadap teori-teori yang ada dengan aplikasinya di dunia nyata. Peneliti dapat menambah wawasan mengenai pengaruh pertumbuhan dan kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan dan sebagai implementasi atas teori yang telah didapatkan selama perkuliahan. Penelitian ini membantu peneliti dalam pengambilan keputusan di dalam sebuah organisasi/perusahaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan pertimbangan bagi kinerja pegawai pada kantor PT. Unilever Indonesia Tbk. Hasil penelitian ini

diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan pertumbuhan dan kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan dalam memecahkan masalah perusahaan yang berkaitan dengan pengaruh pertumbuhan dan kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan