

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teori agensi merupakan hubungan antara manajemen dan pemegang saham. dimana manajemen memberikan suatu jasa atas penugasan dari pemegang saham kemudian pemegang saham mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada manajemen. Kedua pihak tersebut memiliki kepentingan yang berbeda, manajemen lebih tertarik untuk meningkatkan kesejahteraan para manager, sedangkan pemegang saham lebih ingin menambah kekayaan. Kepentingan inilah yang menimbulkan konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976).

Konflik keagenan tersebut dapat mempengaruhi persepsi investor , sehingga kinerja manajemen dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.(Teguh Gunawan, 2022) Nilai perusahaan merupakan salah satu pertimbangan investor dalam memutuskan investasi yang berkaitan dengan harga saham yang dapat digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meyakinkan pasar akan kemampuan perusahaan saat ini dan masa yang akan datang (Yanti dan Oktari, 2018).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas dan size. Profitabilitas merupakan rasio utama dalam keseluruhan laporan keuangan (Kuncoro dan Anwar, 2021) Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba selama periode tertentu, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan (Lumoly, 2018) profitabilitas adalah efektivitas manajemen yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan atau investasi perusahaan (Weston dan Copeland, 2013:2) dalam jurnal (Entol Muamar Surianingrat dan Wawan Ichwanudin, 2019).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan. Perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2012:196) dalam jurnal (Entol Muamar Surianingrat dan Wawan Ichwanudin, 2019)

Ukuran perusahaan juga menjadi indikator dalam menilai suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan bisa diukur melalui penjualan, total modal, ataupun total aset milik perusahaan tersebut (Yanti dan Oktari, 2018). Dengan ukuran perusahaan yang besar manajemen dapat melakukan kegiatannya lebih luas namun sejalan dengan risiko yang akan diterima. Dari perspektif aset yang besar maka perusahaan lebih mudah bergerak dan memperoleh peluang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Ketut Sulastri dkk (2019); dan Aulia Fajar dkk (2018); menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda yang dilakukan oleh Rina Sulistiyowati (2021); dan Selfiyan (2021); menyatakan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Ira Kartika Dewi dkk (2019), dan Lusiana Anggita Sagala dkk (2020) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Aulia Fajar dkk (2018), dan Selfiyan (2021) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage adalah mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2014;85). Leverage digunakan untuk mendapatkan modal yang digunakan untuk memperoleh keuntungan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Dengan perlindungan pajak membuat pengelolaan leverage sangat penting karena besarnya penggunaan leverage dapat meningkatkan nilai perusahaan (Setiadewi dan Purbawangsa, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) dan Putu Diah Melinda Yanti dkk (2019) menyatakan leverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rina Sulistiyowati (2021) dan Selfiyan (2021) menyatakan leverage tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait dengan pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga adanya indikasi variabel leverage yang dapat mempengaruhi kedua variabel tersebut terhadap nilai perusahaan maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan tujuan agar mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan, serta agar mengetahui pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan leverage sebagai variabel mediasi. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“ Peran *Leverage* Sebagai Pemediasi *Profitabilitas and Size* Terhadap Nilai Perusahaan ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan ?
- b. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan ?
- c. Apakah profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan melalui leverage sebagai variabel mediasi ?
- d. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan melalui leverage sebagai variabel mediasi ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah profitabilitas dengan indikator pengukuran menggunakan *Return on Investment* (ROI) dan size dengan indikator pengukuran menggunakan Logaritma Natural Asset (Ln Asset) sebagai variabel independen, nilai perusahaan dengan indikator pengukuran menggunakan *Price Earning Ratio* (PER) sebagai variabel dependen, dan leverage dengan indikator pengukuran menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini membatasi perusahaan LQ45 tahun 2019-2021

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan melalui leverage sebagai variabel mediasi.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan melalui leverage sebagai variabel mediasi.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

a. Peneliti

Dapat memberikan pengetahuan tambahan dan pengembangan ilmu serta dapat mengaplikasikannya di dunia nyata.

b. Universitas / Perguruan Tinggi

Dapat dijadikan sebagai sumber wawasan dan bahan referensi serta perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage suatu perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Calon Investor

Sebagai bahan pertimbangan untuk melihat seberapa baik perusahaan berkembang melalui nilai perusahaan.

b. Peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi dan menambah wawasan pengetahuan yang berhubungan dengan profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan nilai perusahaan.