**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada tahun 2011, sektor industri manufaktur di Indonesia mulai bangkit dan ditandai dengan pertumbuhan yang cukup tinggi dibanding tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun tersebut industri manufaktur tumbuh sebesar 6,2% padahal selama lebih dari 6 tahun pertumbuhan sektor ini selalu dibawah 5%, yang terendah tahun 2009 yang hanya tumbuh 2,1% akibat krisis global ditahun 2008. Selama ini, timbul kekhawatiran terjadinya deindustrialisasi di Indonesia karena terus menurunnya peran sektor industri manufaktur selepas krisis moneter tahun 1998 yang lalu. Semenjak itu investasi untuk sektor industri manufaktur sangat terbatas sehingga banyak mesin pabrik yang sudah tua seperti pada industri tekstil yang menyebabkan melemahnya daya saing Indonesia.

Krisis moneter yang telah banyak menyebabkan bankrutnya berbagai industri manufaktur karena beban hutang yang tinggi menyebabkan lambannya pemulihan sektor ini, hanya beberapa sektor industri manufaktur yang segera pulih dari krisis moneter seperti industri makanan dan minuman serta industri otomotif. Namun industri manufaktur lainnya seperti industri tekstil, baja, sepatu dan lainnya masih terseok-seok. Baru pada tahun 2011, investasi yang masuk ke industri manufaktur kembali meningkat sehingga sektor ini mulai bangkit kembali. Selain itu, berbagai lembaga pemeringkat hutang dunia juga telah meningkatkan peringkat hutang Indonesia. Pada akhir tahun 2011, Indonesia memperoleh *investment grade*, karena beberapa lembaga pemeringkat hutang dunia saat ini seperti  Fitch yang telah meningkatkan  peringkat utang luar negeri Indonesia menjadi BBB-, atau peringkat *investment grade*,  demikian juga Moody's yang telah menaikan peringkat utang Indonesia menjadi Baa3 atau level terendah dari *investment grade*. Dengan kondisi ini, Indonesia  semenjak dua tahun terakhir telah menjadi tujuan investasi yang menarik bagi para investor baik dalam maupun luar negeri. Selama ini Indonesia mengandalkan pasar domestik yang besar dan ekspor komoditas primer yang harganya tinggi dipasar dunia. Memasuki tahun 2012 dan 2013 harga komoditas cenderung menurun karena lemahnya permintaan dunia dan pasar domestik kini terancam diserbu oleh produk impor yang lebih deras baik dari Cina maupun dari negara Asia lain yang juga makin sulit mencari pasar bagi produknya. Pada tahun 2014 perkembangan ekonomi mengalami peningkatan karena diiringi oleh perbaikan kondisi ekonomi yang terjadi di dunia.

Pada tahun 2011, meningkatnya peringkat hutang Indonesia menjadi *investment grade* membuat banyak investor yang masuk dan melakukan transaksi di Bursa Efek Indonesia. Meningkatnya transaksi di bursa efek ini dapat dilihat melalui volume perdagangan saham di tahun 2011 yang mencapai 2 milyar lembar, dibandingkan pada tahun 2010 yang hanya sebesar 1,3 milyar lembar. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah pusat transaksi *capital market* saat ini. Bursa Efek Indonesia sebagai salah satu pasar modal yang dapat dijadikan alternatif pendanaan bagi semua sektor perusahaan di Indonesia. Salah satu alternatif pendanaan adalah melalui penerbitan dan penjualan saham di Bursa Efek. Industri yang termasuk ke dalam perusahaan manufaktur dalam bursa efek adalah industri dasar & kimia, aneka industri dan industri barang konsumsi. Industri barang konsumsi terdiri dari 42 perusahaan yang terdiri dari 5 sub sektor seperti makanan & minuman, rokok, obat-obatan, kosmetik, dan peralatan rumah tangga. Industri barang konsumsi merupakan industri besar yang banyak menyerap tenaga kerja dan dana besar sehingga untuk memenuhi dana tersebut perusahaan akan membutuhkan dana dari investor, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti perusahaan barang konsumsi dengan harapan dapat memberikan informasi yang lebih baik bagi penulis dan calon investor yang ingin berinvestasi dalam saham. Selain itu, pertumbuhan volume perdagangan terhadap barang konsumsi juga relatif stabil seiring penyesuaian daya beli konsumen. Berikut ini merupakan perkembangan volume perdagangan industri manufaktur pada tahun 2011-2014 dalam bursa efek.

**Grafik 1.1 Volume Perdagangan Industri Manufaktur pada Tahun**

**2011-2014**

Dari grafik di halaman sebelumnya dapat terlihat bahwa pada industri dasar & kimia memiliki volume perdagangan yang tertinggi dibandingkan dengan industri lainnya seperti aneka industri dan industri barang konsumsi. Pada tahun 2012, industri manufaktur mengalami penurunan khususnya industri dasar & kimia yang mengalami penurunan yang cukup tinggi, tetapi di tahun-tahun berikutnya industri dasar & kimia terus mengalami peningkatan, begitu pun dengan aneka industri yang juga mengalami peningkatan. Kondisi yang berbeda terjadi pada industri barang konsumsi, dimana pada tahun 2013 sempat mengalami peningkatan yang tinggi tetapi ditahun 2014 justru mengalami penurunan yang tinggi pula. Perkembangan volume perdagangan saham mencerminkan kekuatan antara penawaran dan permintaan yang merupakan gambaran dari tingkah laku investor. Naiknya volume perdagangan merupakan kenaikan aktivitas jual beli para investor di bursa efek. Semakin meningkat volume perdagangan saham, semakin besar pengaruhnya terhadap fluktuasi harga saham di bursa, dan semakin meningkatnya volume perdagangan saham menunjukkan semakin diminatinya saham tersebut oleh masyarakat sehingga akan membawa pengaruh terhadap naiknya harga saham. Kenaikan harga saham ini menjadi penting bagi setiap perusahaan karena semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut (Martono dan Agus Harjito, 2010). Sehingga nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. *Firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Ishaluddin, 2008 dalam Kusumadilaga, 2010).

Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi maka apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, nilai perusahaan akan berada di atas atau dibawah nilai yang sebenarnya. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor dan pihak eksternal perusahaan lainnya. 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 tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena salah satu tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

 Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan selain melihat dari harga saham perusahaan tersebut di pasar, salah satunya yaitu dengan rasio Tobin’s Q. Rasio ini menjadi indikator karena dapat menilai pasar dimana dicerminkan dari harga saham. Kondisi pasar sangat berpotensi mempengaruhi naik turunnya nilai Tobin’s Q sebagai pengukur nilai perusahaan, karena kondisi pasar yang baik akan berpotensi meningkatkan harga pasar saham. Tobin’s Q memberikan gambaran tidak hanya pada aspek fundamental, tetapi juga sejauh mana pasar menilai perusahaan dari berbagai aspek yang dilihat oleh pihak luar termasuk investor. Pengukuran rasio Tobin’s Q sebagai indikator kinerja perusahaan akan lebih memiliki arti jika dilihat nilai rasio setiap tahun. Adanya perbandingan akan diketahui peningkatan kinerja keuangan perusahaan tiap tahun, sehingga harapan investor terhadap pertumbuhan investasinya menjadi lebih tinggi. Jika rasio-q diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba memberikan nilai lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio-q dibawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Weston dan Copeland, 2008). Berikut ini merupakan rata-rata nilai perusahaan dengan menggunakan rasio Tobins’Q pada perusahaan industri barang konsumsi pada tahun 2011-2014.

**Grafik 1.2 Rata-Rata Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Tahun 2011-2014**

Pada grafik 1.2 dapat terlihat bahwa terjadinya penurunan rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di tahun 2013 yang sangat tinggi. Penurunan nilai perusahaan sendiri dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti kebijakan dividen, kebijakan pendanaan, ukuran perusahaan dan kebijakan investasi perusahaan.

 Sebelum seorang investor akan memutuskan apakah akan menginvestasikan dananya di sebuah perusahaan, terdapat kegiatan terpenting yang perlu untuk dilakukan, yaitu penilaian dengan cermat terhadap perusahaan, investor harus percaya bahwa informasi yang diterimanya adalah informasi yang benar. *Signaling theory* merupakan informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan (Suwardjono, 2008). S*ignaling theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak eksternal. Pihak eksternal yang dimaksud adalah *underwritter*, investor, kreditor atau pengguna informasi lainnya. Prinsip dari *signalling theory* adalah bahwa setiap tindakan mengandung informasi karena adanya *asymetric information*. *Asymetric information* adalah kondisi dimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih banyak daripada pihak lain. Misalnya, pihak manajemen perusahaan memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pihak investor di pasar modal (Pramastuti, 2007). Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini, maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Jika informasi tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu informasi tersebut diterima oleh pasar (Jogiyanto, 2010).

Megginson dalam Jogiyanto (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pihak eksternal, dengan demikian pihak eksternal diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Sharpe (2005: 211) menyatakan bahwa jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak eksternal, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan baik itu pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan, khususnya oleh investor di pasar modal yang menjadikan informasi laporan tahunan ini sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Kandungan informasi tersebut bertujuan untuk mengurangi *asymetric information* yang dapat menyebabkan pihak eksternal melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan atau dengan kata lain, pihak eksternal akan berpersepsi sama tentang nilai semua perusahaan. Pandangan seperti ini akan merugikan perusahaan yang memiliki kondisi yang lebih baik karena pihak eksternal akan menilai perusahaan lebih rendah dari yang seharusnya dan begitu sebaliknya. Adanya *asymetric information* membuatpemberian sinyal kepada investor atau publik melalui keputusan-keputusan manajemen menjadi sangat penting untuk meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham di pasar modal (Atmaja, 2008:14).

Graham, Scott B. Smart, dan William L. Megginson (2010) menyatakan bahwa salah satu sinyal yang perusahaan berikan kepada pihak eksternal khususnya investor adalah sinyal dividen. Jika manajer mengetahui bahwa perusahaan mereka “kuat” sementara investor untuk beberapa alasan tidak mengetahui hal ini, maka manajer dapat membayar dividen dengan harapan kualitas sinyal perusahaan mereka ke pasar menjadi lebih kuat. Selain itu, Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston (2011) menyatakan bahwa investor menganggap perubahan dividen sebagai sinyal dari perkiraan laba perusahaan. Investor menganggap bahwa besarnya dividen yang diberikan oleh perusahaan kepada investor merupakan sinyal yang menggambarkan perkiraan laba yang diperoleh perusahaan, dimana semakin besar dividen yang diberikan oleh perusahaan kepada investor menunjukkan bahwa semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan, dan kemampuan perusahaan memperoleh laba ini akan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena akan banyak investor yang tertarik dan memilih berinvestasi di perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan dividen yaitu jumlah dividen yang dibayarkan merupakan suatu hal yang sangat penting (Sutrisno, 2009).

Dalam kinerja keuangan, pembagian dividen perusahaan dapat tercermin dari *Dividend Payout Ratio* (DPR). Rasio ini menentukan jumlah laba yang dapat ditahan sebagai sumber pendanaan dan jumlah laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham. *Dividend Payout Ratio* sebagai dividen yang dibayarkan dibagi dengan laba yang tersedia untuk pemegang saham, jika laba yang dihasilkan besar atau tetap, perusahaan bisa membagikan dividen yang semakin besar. Namun, semakin tinggi *Dividend Payout Ratio* yang dibayarkan oleh suatu perusahaan, maka makin kecil dana yang tersedia untuk ditanamkan kembali dalam perusahaan, hal ini dapat memperlambat pertumbuhan perusahaan karena bagi perusahaan laba setelah pajak tersebut penting untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan yaitu dapat digunakan untuk kepentingan cadangan, melunasi hutang, dan untuk meningkatkan investasi pertumbuhan. Berikut ini merupakan data mengenai perkembangan *Dividend Payout Ratio* dalam industri barang konsumsi selama 4 tahun terakhir pada tahun 2011-2014.

**Grafik 1.3 Data Perkembangan Rata-Rata *Dividend Payout Ratio* pada Perusahaan Barang Konsumsi tahun 2011-2014**

Grafik 1.3 menunjukkan perkembangan *Dividend Payout Ratio* pada perusahaan barang konsumsi dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014 yang mengalami peningkatan, walaupun di tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup besar. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi besar kecilnya dividen yang akan dibayarkan oleh perusahaan kepada pemegang saham menurut Sutrisno (2009) yaitu posisi likuiditas perusahaan, posisi solvabilitas perusahaan, kebutuhan untuk melunasi hutang, ekspansi, kesempatan investasi, stabilitas pendapatan dan pengawasan terhadap perusahaan.

Modigliani dan Miller (1961) dalam Haruman (2008) berpendapat bahwa suatu kenaikan dividen yang tinggi merupakan suatu sinyalkepada para investor bahwa manajemen perusahaan meramalkan suatu penghasilan dividen yang baik di masa mendatang. Sebaliknya, suatu penurunan dividen atau kenaikan dividen yang rendah diyakini investor sebagai suatu sinyal bahwa perusahaan menghadapi masa sulit dividen waktu mendatang. Perusahaan yang menggunakan sinyal dividen haruslah perusahaan yang mampu membagikan dividen secara rutin dalam kurun waktu tertentu. Hal tersebut dilakukan agar para investor atau pihak eksternal lainnya dapat membandingkan bagaimana kondisi perusahaan dalam kurun waktu tersebut. Berikut ini merupakan data mengenai perusahaan yang menggunakan dividen sebagai *signaling* dalam industri barang konsumsi selama 4 tahun terakhir pada tahun 2011-2014.

**Tabel 1.1**

**Perusahaan Industri Barang Konsumsi pada tahun 2011-2014**

**yang menggunakan *Signaling Dividend***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Perusahaan** | ***Dividend Payout Ratio*** |
| **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| 1 | Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. | 8.56 | 22.17 | 8.01 | - |
| 2 | Indofood Sukses Makmur Tbk. | 49.93 | 49.81 | 49.80 | 49.72 |
| 3 | Multi Bintang Indonesia Tbk. | - | 32.36 | 100.00 | 0.68 |
| 4 | Gudang Garam Tbk. | 39.31 | 38.35 | 35.56 | 28.67 |

**Tabel 1.1 (Lanjutan)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Perusahaan** | ***Dividend Payout Ratio*** |
| **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| 5 | HM Sampoerna Tbk. | 57.29 | 137.71 | 86.45 | - |
| 6 | Kimia Farma Tbk. | - | 15.29 | 25.00 | 0.20 |
| 7 | Merck Tbk. | - | 0.07 | 0.08 | 80.23 |
| 8 | Unilever Indonesia Tbk. | 100.06 | 99.96 | 99.93 | 44.67 |

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat 8 perusahaan dalam industri barang konsumsi yang menggunakan sinyal dividen pada tahun 2011-2014. Perusahaan-perusahaan tersebut terpilih karena mereka mampu secara rutin membagikan dividen yang dimilikinya sebanyak 3 kali dalam 4 tahun terakhir. Perusahaan Multi Bintang Indonesia pada tahun 2011 tidak membagikan dividen tetapi di tahun berikutnya Multi Bintang Indonesia membagikan dividen yang cukup besar dan berlanjut di tahun 2013 yang memberikan seluruh dividen yang dimiliknya kepada investor, dan di tahun terakhir terjadi penurunan dividen yang tinggi. Begitu pun dengan Kimia Farma yang tidak membagikan dividen yang dimilikinya pada tahun 2011, di tahun-tahun berikutnya kimia farma membagikan dividen yang dimilikinya tetapi dengan jumlah yang rendah, bahkan di tahun terakhir Kimia Farma hanya membagikan dividen sebesar 0,2 %. Berbeda dengan Merck Tbk, dimana pada tahun 2011-2014 mengalami peningkatan dividen, bahkan di tahun terakhir Merck membagikan 80% dividen kepada para investornya. Perusahaan lainnya yaitu Tiga Pilar Sejahtera Food pada tahun 2012 mengalami peningkatan dividen tetapi dalam 2 tahun terakhir mengalami penurunan, bahkan di tahun terakhir tidak membagikan dividen. HM Sampoerna dan Unilever dari tahun 2011-2014 membagikan dividen yang tinggi kepada para investornya walaupun di tahun terakhir kedua perusahaan tersebut mengalami penurunan pembagian dividen, bahkan HM Sampoerna tidak membagikan dividen sama sekali di tahun terakhir. Sedangkan Indofood Sukses Makmur dan Gudang Garam secara rutin membagikan dividen dengan jumlah yang relatif stabil dibandingkan perusahaan lainnya. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi besar kecilnya dividen yang akan dibayarkan oleh perusahaan kepada pemegang saham menurut Sutrisno (2009) yaitu posisi likuiditas perusahaan, posisi solvabilitas perusahaan, kebutuhan untuk melunasi hutang, ekspansi, kesempatan investasi, stabilitas pendapatan dan pengawasan terhadap perusahaan.

Selain penggunaan sinyal dengan dividen, menurut Hapyani P,N (2009) yang dikutip dari Ross menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha melakukan *signaling* pada kebijakan pendanaan (*financial policy*) mereka yang memakan biaya besar sehingga tidak dapat ditiru oleh perusahaan yang memiliki nilai lebih rendah. Perusahaan yang nilainya lebih rendah akan lebih rentan mengalami kebangkrutan bila melakukan *financial policy* yang sama. Investor diharapkan akan menangkap sinyal tersebut bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik. Dalam kinerja perusahaan, kebijakan pendanaan perusahaan dapat ditunjukkan melalui rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Semakin besar proporsi hutang yang digunakan untuk struktur modal suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula kewajibannya. Peningkatan hutang akan mempengaruhi besar kecilnya laba bersih yang tersedia bagi para pemegang saham termasuk dividen yang akan diterima, karena kewajiban tersebut lebih diprioritaskan daripada pembagian dividen. Selain itu, disisi yang lain mengungkapkan bawa semakin besar struktur modal yang berasal dari utang menunjukkan bahwa perusahaan yakin dengan prospek dimasa depan karena berani untuk mengambil risiko dari meningkatnya hutang. Berikut ini merupakan data mengenai perkembangan *Debt to Equity Ratio* dalam industri barang konsumsi selama 4 tahun terakhir pada tahun 2011-2014.

**Grafik 1.4 Data Rata-Rata *Debt to Equity Ratio* (DER) pada Perusahaan Barang Konsumsi Tahun 2011-2014**

Berdasarkan grafik 1.4 tersebut terlihat rata-rata DER pada tahun 2011 menunjukan tingkat DER sebesar 0,7 kali kemudian ditahun 2012 mengalami peningkatan menjadi 0,85 kali, di tahun berikutnya yaitu 2013 sempat mengalami penurunan yaitu sebesar 0,8 kali tetapi di tahun terakhir yaitu 2014 kembali mengalami peningkatan dimana peningkatan ini cukup tinggi yaitu sebesar 1,03 kali. Dalam 4 tahun terakhir perkembangan rata-rata DER sejalan dengan perkembangan rata-rata DPR. Adanya peningkatan DER ini akan mengakibatkan resiko perusahaan menjadi meningkat.

Menurut Modigliani dan Miller (1963) dalam Haruman (2007) menyatakan bahwa pendanaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, apabila pendanaan didanai melalui hutang. Maka dari itu penggunaan pemberian sinyal menggunakan kebijakan pendanaan melalui hutang (*leverage*)diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berikut ini merupakan data mengenai perusahaan yang menggunakan kebijakan pendanaan sebagai *signaling* dalam industri barang konsumsi selama 4 tahun terakhir pada tahun 2011-2014.

**Tabel 1.2**

**Perusahaan Industri Barang Konsumsi pada tahun 2011-2014**

**yang menggunakan *Signaling Leverage***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Perusahaan** | ***Debt to Equity Ratio*** |
| **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| 1 | Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. | 0.96 | 0.90 | 1.13 | 1.05 |
| 2 | Indofood Sukses Makmur Tbk. | 0.70 | 0.74 | 1.04 | 1.08 |
| 3 | Multi Bintang Indonesia Tbk. | 1.30 | 2.49 | 0.80 | 3.03 |
| 4 | Gudang Garam Tbk. | 0.59 | 0.56 | 0.73 | 0.75 |
| 5 | HM Sampoerna Tbk. | 0.90 | 0.97 | 0.94 | 1.10 |
| 6 | Kimia Farma Tbk. | 0.43 | 0.45 | 0.52 | 0.64 |
| 7 | Merck Tbk. | 0.18 | 0.37 | 0.36 | 0.29 |
| 8 | Unilever Indonesia Tbk. | 1.85 | 2.02 | 2.14 | 2.11 |

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat 8 perusahaan industri barang konsumsi yang menggunakan sinyal *leverage* pada tahun 2011-2014. Perusahaan yang mengalami peningkatan *leverage* yang tertinggi yaitu Multi Bintang Indonesia, dimana pada tahun terakhir mengalami *leverage* yang tertinggi dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya. Selain Multi Bintang Indonesia terdapat pula perusahaan Unilever Indonesia yang memiliki *leverage* yang tinggi. Sedangkan perusahaan lainnya Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Gudang Garam Tbk dan HM Sampoerna Tbk, Kimia Farma Tbk, dan Merck Tbk mengalami peningkatan *leverage* yang rendah.

Berdasarkan fenomena - fenomena yang telah di ungkapkan, maka dirasa perlu untuk mengkaji lebih mendalam bagaimana penggunaan *Signaling Theory* terhadap nilai perusahaan dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Signaling Theory* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2014”.**

**1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian**

Identifikasi masalah merupakan proses merumuskan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti untuk memudahkan dalam proses penelitian selanjutnya dan memudahkan memahami hasil penelitian. Sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup dalam penelitian.

**1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang teridentifikasi di perusahaan industri barang konsumsi adalah sebagai berikut :

1. Volume perdagangan pada Industri Barang Konsumsi mengalami penurunan di tahun terakhir.
2. Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi mengalami fluktuasi selama 4 tahun terakhir.
3. *Dividend Payout Ratio* (DPR) pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi mengalami penurunan yang cukup tinggi pada tahun terakhir.
4. *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi mengalami peningkatan dalam 4 tahun terakhir.

**1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian dan gambaran yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi *Signaling Theory* yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* (DER) pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
2. Bagaimana kondisi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
3. Seberapa besar pengaruh *Signaling Theory* yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* terhadap Nilai Perusahaanpada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
4. Seberapa besar pengaruh *Signaling Theory* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
5. Seberapa besar pengaruh *Signaling Theory* yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.

**1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, mengkaji, dan menganalisis :

1. Bagaimana kondisi *Signaling Theory* yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* (DER) dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
2. Bagaimana kondisi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
3. Pengaruh *Signaling Theory* yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* terhadap Nilai Perusahaanpada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
4. Pengaruh *Signaling Theory* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.
5. Pengaruh *Signaling Theory* yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2014.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian tentunya terdapat kegunaan yang dapat dicapai dan diterapkan pihak lain yang dihasilkan dari penelitian ini, baik kegunaan secara teoritis maupun secara empiris.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat khususnya bagi penulis yaitu untuk mengetahui secara teoritis mengenai ilmu manajemen keuangan khususnya mengenai Nilai Perusahaan yang dipengaruhi oleh *Signaling Theory*.

**1.4**.**2 Kegunaan Empiris**

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama para investor sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Secara terperinci kegunaan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mengambil keputusan bisnis untuk menanamkan dananya di suatu perusahaan dengan analisis yang tepat.
2. Bagi manajemen perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan langkah dalam memberikan informasi yang tepat kepada investor.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dalam referensi pengambilan keputusan penelitian mengenai nilai perusahaan.