

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, saham menjadi hal yang marak di Indonesia. Pandemi COVID-19 yang belum usai tidak menyurutkan pertumbuhan jumlah investor saham di Indonesia. Bursa Efek Indonesia mencatat pertumbuhan jumlah *Single Investor Identification (SID)* khusus dalam saham meningkat drastis. Jika dibandingkan dengan jumlah *SID* saham per akhir 2020 yakni dengan total investor 1.695.268, pertumbuhan jumlah *SID* dari awal tahun hingga 31 Agustus 2021 mencapai 53%. Ini berarti pertumbuhan investor saham baru meningkat drastis hanya dalam waktu 8 bulan, dengan jumlah *SID* mencapai 2.697.832. Djajadi (2021) mengatakan bahwa pencapaian rekor ini terjadi karena optimalisasi digital, sinergi, dan kolaborasi oleh pemangku kepentingan pasar modal yang sudah mulai digalakkan sejak 2019.

Dalam melakukan investasi, seorang investor pasti memiliki tujuan tersendiri. Gitman dan Joehnk (2005) berpendapat bahwa tujuan investasi adalah memperoleh pendapatan positif dan / atau menjaga atau meningkatkan nilainya. Menurut Widoatmodjo (2006), terdapat beberapa keuntungan atau nilai yang ditingkatkan dalam investasi saham, antara lain *capital gain*, dividen, dan penjamin saham ke Bank.

Salah satu keuntungan dalam investasi adalah dividen. Dividen merupakan bagian dari laba usaha yang diperoleh oleh perusahaan dan diberikan kepada pemegang saham sebagai imbalan telah menanamkan

hartanya di perusahaan (Rudianto, 2012). Sebelum dividen dibagikan, dalam RUPS akan ditentukan kebijakan dividen dimana akan memutuskan apakah laba akan dibagikan dalam bentuk dividen atau ditahan sebagai laba ditahan supaya dapat dipergunakan untuk investasi di masa yang akan datang (Musthafa, 2017).

Di tahun 2019, Grup Sinarmas dengan emiten DMAS memiliki *dividend yields* paling tinggi di Indonesia yaitu 14,19%. CNBC Indonesia mencatat bahwa DMAS rutin melakukan pembayaran dividen sejak perusahaan tersebut menjadi bagian dari BEI, yaitu tahun 2015. DMAS dianggap terus memiliki perkembangan yang baik. Pada tahun buku yang berakhir pada 31 Desember 2020, DMAS membayar dividen dengan nominal Rp25/saham. Emiten yang membayarkan dividen akan menambah ketertarikan investor untuk membeli saham emiten tersebut.

Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 mencatat adanya kenaikan dividen tunai yang dibagikan emiten sebesar 14,49%. Pertumbuhan ini diakibatkan semakin banyaknya daftar emiten yang turut serta membagikan dividen. Nyoman Yetna, selaku Direktur Penilaian Perusahaan BEI mengungkapkan emiten yang membagikan dividen terus bertambah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Emiten Pembagi Dividen

Tahun	Jumlah Emiten
2017	221 emiten
2018	223 emiten

2019	234 emiten
------	------------

Sumber: idx.co.id

Hal ini menggambarkan tren emiten dalam membayarkan dividen mengalami peningkatan.

Tidak selalu berjalan mulus, beberapa perusahaan mengalami permasalahan yang membuat mereka tidak sanggup membagikan dividen kepada para investor. Dilansir dari CNBC Indonesia, PT Indosat Tbk (ISAT) mengambil keputusan tidak membagikan dividen kepada para investor. Komisaris Indosat, Elisa Lumbantoruan mengungkapkan keputusan ini diambil bukan karena perusahaan tidak mampu membayar dividen, karena di akhir tahun 2019 perusahaan berhasil mendapatkan laba bersih sebesar Rp1,54 triliun. Kenaikan ini bertambah cukup drastis, mengingat di tahun 2018, ISAT mencatat kerugian sebesar Rp 2,40 triliun. Komisaris Indosat mengklaim, para pemegang saham tidak perlu khawatir akan kinerja perusahaan karena laba bersih perusahaan akan digunakan untuk ekspansi untuk pengembangan jaringan 5G (20/2/20).

Pada tahun 2016, CNN Indonesia memberitakan bahwa PT Vale Indonesia Tbk (INCO) tidak membagikan dividen kepada para pemegang saham di tahun 2016. “Laba bersih INCO tahun 2016 jauh lebih rendah dari tahun sebelumnya, yaitu hanya US\$1,9 juta” ujar Febriany, Direktur Keuangan PT Vale Indonesia Tbk. Laba bersih perusahaan memang tercatat terjun sebesar 96,2% dibandingkan tahun 2015 yaitu sebesar US\$50,5 juta.

Setelah diselidiki lebih lanjut, penurunan drastis ini terjadi akibat harga nikel merosot sampai 19%. Peristiwa – peristiwa di atas membuktikan perusahaan tidak selalu berhasil memenuhi kewajibannya kepada investor, yakni membagikan dividen.

Leary dan Michaely (2011) menunjukkan bahwa perusahaan sangat peduli dan menjaga aliran pembagian dividen perusahaan meskipun kondisi perusahaan sedang terguncang. Menurut Kang *et al* (2019), perusahaan yang terus membayar dividen tanpa penurunan selama minimal 3 tahun terakhir, dianggap sebagai perusahaan yang memiliki *dividend reputation*. Kim (2020) mendefinisikan *dividend reputation* adalah sesuatu yang dibangun perusahaan dari waktu ke waktu, didasarkan pada perilaku dan karakteristik perusahaan dalam membayar dividen. Flavin dan O'Connor (2017) menunjukkan bahwa perusahaan dapat membangun reputasi pasar menggunakan pembagian dividen. Gillet *et al* (2018) menjelaskan bahwa *dividend reputation* dibangun dalam jangka waktu yang lama, bukan hanya satu tahun, dimana perlu untuk mengamati aliran dividen yang dibagikan dan mengidentifikasi apakah perusahaan berhasil membangun *dividend reputation* atau tidak. Model *dividend reputation* diperkenalkan oleh Kang *et al* (2019) dengan variabel *dummy*, dimana perusahaan yang berhasil membagikan dividen tanpa penurunan selama minimal 3 tahun dianggap berhasil membangun *dividend reputation* dan jika tidak, maka dianggap gagal.

Kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen sejalan dengan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Dapat diartikan, semakin

besar laba perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen, maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Chen, 2009). Kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai perusahaan, dimana semakin besar dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham, maka dianggap kinerja perusahaan semakin baik dan akan berdampak nilai perusahaan meningkat (Sari, 2013).

Nilai perusahaan adalah suatu kepercayaan masyarakat kepada perusahaan dengan melewati perjalanan kegiatan selama beberapa tahun sejak perusahaan berdiri (Hery, 2017). Nilai perusahaan dapat diukur dengan membandingkan harga per saham dan laba per saham. Menurut Tandelilin (2010), perubahan laba perusahaan di masa yang akan datang dapat diketahui dimana semakin besar hasil perbandingan antara harga per saham dengan laba per saham, semakin besar pula nilai perusahaan. Peneliti tertarik untuk mengangkat topik mengenai pengaruh *dividend reputation* terhadap nilai perusahaan dikarenakan belum adanya penelitian mengenai hal tersebut di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Perusahaan berusaha membagikan dividen kepada para pemegang saham untuk memenuhi kewajibannya. Perusahaan yang mampu bertahan membayarkan dividen tanpa penurunan selama minimal 3 tahun terakhir dianggap berhasil membangun *dividend reputation*. Perusahaan yang

membagikan dividen semakin besar juga dianggap memiliki laba yang tinggi sehingga akan menaikkan nilai perusahaan.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah *dividend reputation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *dividend reputation* terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diangkat dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, masyarakat umum, dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata. Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Kontribusi Teori

Penulis berharap penelitian ini dapat mengembangkan teori yang sudah ada saat ini, serta menambahkan kekayaan teori yang sudah ada yakni mengenai pengaruh *dividend reputation* terhadap nilai perusahaan.

2. Kontribusi Praktik

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan emiten perusahaan dan para investor mengenai pengaruh *dividend reputation* terhadap nilai perusahaan. Penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi serta pedoman bagi emiten perusahaan dan para investor dalam membangun *dividend reputation*.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini mencakup landasan teori, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan penjelasan tentang subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, model penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisa data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dan pembahasan hasil olah data yang sudah dilakukan untuk pengujian hipotesis

BAB V: PENUTUP

Bab terakhir ini berisikan uraian mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan dan saran penelitian.

