

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan dunia usaha pada zaman modern ini semakin berkembang pesat. Di Indonesia, persaingan antar pelaku usaha semakin ketat sehingga para pelaku usaha harus mampu menciptakan inovasi yang berbeda-beda setiap tahunnya. Hal ini tentunya dikarenakan setiap bisnis ingin mencapai tujuan utamanya yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Dalam upaya menciptakan berbagai inovasi yang diharapkan bisa menembus persaingan pasar, perusahaan memerlukan modal yang lebih banyak. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari sumber modal dari banyak pihak yang berbeda, baik internal maupun eksternal. Pada penelitian yang dilakukan oleh Krisdiana & Subardjo (2019) dana internal merupakan dana yang bersumber dari keuntungan yang dimiliki perusahaan, sementara modal eksternal berasal dari hutang pihak lain atau dari penerbitan saham perusahaan.

Tujuan utama investor ketika berinvestasi adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Kondisi ini berkaitan dengan pengembangan dan pemeliharaan eksistensi perusahaan untuk bisa terus berkompetisi, tidak hanya memerlukan pengelolaan yang benar, diperlukan juga tambahan modal yang diantaranya berasal dari investor. Hadian (2019) menerangkan ketika kita ingin menjalankan kegiatan investasi. Sebagai pemilik saham, kita pasti mengharapkan keuntungan dari perusahaan yang berwujud dividen ataupun *capital gain* yang bisa menjadi opsi investasi bagi investor/*shareholder* sesuai dengan sasaran dan keperluannya masing-masing. Biasanya penanam modal menargetkan untuk memilih profit/laba dengan berupa dividen dibandingkan keuntungan modal. Ini disebabkan dividen dinilai lebih terjamin dan mengandung efek yang minim daripada keuntungan modal (Hadian, 2019).

Namun, tidak semua perusahaan memberikan dividen setiap tahunnya. Dikarenakan oleh sebagian hal yang biasa, misalnya perusahaan sedang di

tahap pengembangan atau perluasan, sehingga keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan dimanfaatkan guna kebutuhan perusahaan berupa bentuk *retained earnings*. Karena, perusahaan senantiasa menginginkan perkembangan yang berkelanjutan guna menjaga eksistensinya. Hal ini tentu menjadi permasalahan bagi manajemen karena pembayaran dividen yang tidak berubah-ubah adalah sesuatu yang menarik perhatian investor (Evant & Zulvia, 2019).

Dividen sendiri ialah sebagian dari keuntungan yang diperoleh perusahaan dan akan dibagikan oleh manajer untuk penerima saham sebagai bayaran sehubungan ketersediaannya untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan. Dividen bisa dibayarkan dalam bentuk dividen tunai, dividen saham maupun aset lainnya. Dividen digunakan sebagai alat komunikasi dengan investor sebab manajer perusahaan biasanya mempunyai lebih banyak informasi mengenai perusahaan daripada investor. Dividen dibagikan kepada pemilik saham tergantung pada kebijakan masing-masing perusahaan, oleh karena itu harus dipertimbangkan lebih serius oleh manajer perusahaan (Evant & Zulvia, 2019).

Selain dibayarkan kepada pemegang saham, keuntungan yang diperoleh perusahaan perlu didistribusikan demi kebutuhan pendanaan internal dalam mendanai perkembangan perusahaan, sehingga manajer perlu membuat suatu kebijakan yang disebut sebagai kebijakan dividen untuk memikirkan ketentuan mengenai laba perusahaan yang dicapai di akhir periode akan dibayarkan kepada investor dan *shareholder* berwujud dividen atau disimpan sebagai laba yang ditahan guna menunjang permodalan bagi perusahaan, atau untuk diinvestasikan kembali oleh perusahaan. Oleh karena itu, harus diperhatikan dengan baik dan tepat supaya tidak timbul perselisihan antara manajer, pemegang saham dan pemilik usaha (Ilham, 2021).

Kebijakan dividen dalam suatu perusahaan memegang peranan penting karena diasumsikan bahwa kebijakan dividen menjadi alat informasi saat investor tidak memperoleh informasi atau data terkait laporan keuangan, sehingga menyebabkan investor lebih memperhatikan informasi mengenai

dividen dan perusahaan bisa menggunakan dividen sebagai alat untuk memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan eksternal mengenai kondisi perusahaan tersebut (Suleiman & Permatasari, 2022).

Kebijakan dividen adalah kebijakan yang diterapkan oleh manajer keuangan guna menetapkan tingkat perimbangan keuntungan yang diserahkan kepada *shareholder* berupa wujud dividen kas, koordinasi pemberian dividen, dan dividen saham, pemisahan saham, dan menarik balik saham yang sudah berpendar (Darmawan, 2018).

Profitabilitas adalah variabel pertama yang mempengaruhi kebijakan dividen dalam penelitian ini. Profitabilitas adalah suatu kemahiran perusahaan dalam memperoleh laba dari seluruh kegiatan operasionalnya serta mempunyai kesanggupan yang cukup tinggi pula guna memberikan keuntungan berupa bentuk dividen kepada pemegang saham ataupun investornya (Zulkifli & Latifah, 2021).

Pada penelitian ini, *Return on Assets* digunakan untuk memproksi profitabilitas. *Return On Assets* adalah suatu kemahiran internal perusahaan untuk menghasilkan laba dari semua aktifitas kinerja perusahaan. Keterangan yang diumumkan oleh suatu perusahaan mengenai hasil keuntungan *ROA* bisa memberikan tanda positif untuk pihak luar perusahaan, khususnya penanam modal. Perusahaan yang mampu memperoleh keuntungan yang tinggi akan berpengaruh pada kebijakan dividen (Devi & Mispayanti, 2020).

Variabel independen kedua pada penelitian ini yakni pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan ialah sasaran yang sangat diinginkan bagi pihak di dalam ataupun di luar perusahaan sebab membagikan dampak yang positif untuk perusahaan ataupun pihak yang berhubungan dengan perusahaan seperti penanam modal, kreditor, dan pemilik saham/*shareholder* (Wahyuliza & Fahyani, 2019).

Pertumbuhan perusahaan memperlihatkan adanya upaya yang dilakukan demi menaikkan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Pertumbuhan (*growth*) perusahaan bisa diamati pada pertumbuhan aset perusahaan, penjualan ataupun laba pada setiap tahunnya. Jika nilai pertumbuhan aktiva suatu perusahaan makin besar, maka semakin banyak modal yang diperlukan guna mendanai total aset perusahaan tersebut. Sedangkan jika tingkat pertumbuhan perusahaannya meningkat, berarti laba ditahan juga meningkat, oleh karena itu pembagian dividen justru menurun. Namun kebalikannya, bila tingkat pertumbuhan suatu perusahaan rendah, artinya laba ditahan juga berkurang, maka pembagian dividen justru meningkat (Maharisht & Riduwan Akhmat, 2022).

Ukuran perusahaan adalah Variabel ketiga yang bisa mempengaruhi kebijakan dividen. *Firm Size* adalah ukuran atau nilai yang memungkinkan perusahaan diklasifikasikan ke dalam kategori besar dan kecil berdasarkan jumlah aset, ukuran log, dan lain-lain. Kemudahan ini sangat penting guna fleksibilitas dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan modal yang banyak, sehingga memungkinkan perusahaan mencapai rasio pembagian dividen lebih besar daripada perusahaan kecil. Dengan kata lain, semakin tinggi ukuran sebuah perusahaan, semakin besar dividen yang diberikan kepada pemegang saham/penanam modal (Shoffi Munifah, 2021).

Dispersion of Ownership merupakan variabel keempat dalam penelitian ini. Dispersi kepemilikan ialah penyebaran kepemilikan saham suatu perusahaan yang didistribusikan melalui semua saham yang menyebar. Penyebaran (dispersi kepemilikan) bisa ditentukan dengan menghitung total saham yang dimiliki investor perorangan dibagi total saham beredar milik perusahaan (Lailiyah & Abadi, 2021).

Perusahaan (*Consumer Goods*) dipilih sebagai subjek penelitian ini dikarenakan perusahaan barang konsumsi merupakan perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan pokok, yang mana sektor ini penting dalam hal perekonomian nasional. Bersumberkan data tercatat di BEI, perusahaan barang konsumsi dibagi ke dalam lima subsektor, yaitu subsektor

Food and Beverages, subsektor *pharmacy*, *cosmetics*, *household appliances*, dan subsektor *design*. Perusahaan barang konsumsi adalah perusahaan yang sahamnya banyak disukai investor sebab perusahaan pada sektor tersebut diketahui lebih kuat terhadap krisis daripada perusahaan di sektor lain. Saat krisis terjadi, volatilitas saham-saham sektor barang konsumsi turut mengalami penurunan namun tidak terlalu besar dibandingkan bisnis di industri lainnya. Salah satu alasan penting yang membuat sektor barang konsumsi menjadi kegemaran investor adalah perusahaan-perusahaan pada sektor ini menciptakan produk-produk yang sering digunakan dan dibutuhkan masyarakat Indonesia bahkan dunia sehingga terus meningkat. Inilah yang membuat industri barang konsumsi menjadi industri yang mempunyai peranan paling besar untuk menunjang pertumbuhan di industri lainnya (Muttaqien, 2019).

Tabel 1.1 Rata-rata DPR Perusahaan Sektor *Consumer Goods* di BEI periode 2018-2022

No.	Kode perusahaan	DPR (<i>Dividen Payout Ratio</i>)					Mean
		%					
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	BUDI	37,45	36,73	43,19	32,41	40,46	38,04
2.	CEKA	28,84	27,62	32,67	31,84	26,95	29,58
3.	CINT	62,45	46,61	186,9	-1	-11	56,79
4.	DLTA	61,61	120,4	251,6	106,4	104,2	128,8
5.	GOOD	43,66	30,9	79,54	155,2	51,54	72,17
6.	HMSP	92,5	99,32	161,9	119,3	117,2	118
7.	HOKI	15,78	25	75	71,42	526,3	142,7
8.	HRTA	22,38	21,47	21,57	18,9	18,16	20,49
9.	ICBP	41,32	45,13	39	39,23	54,70	43,87

Lanjutan Tabel 1.1 Rata-rata *DPR* Perusahaan Sektor *Consumer Goods* di BEI periode 2018-2022

No.	Kode perusahaan	<i>DPR (Dividen Payout Ratio)</i>					Mean
		%					
		2018	2019	2020	2021	2022	
10.	INDF	50	42,21	37,82	31,95	38,39	40,1
11.	KINO	25,71	8,8	25	15,78	-1	14,85
12.	MYOR	35,06	32,58	32,6	98,11	24,13	44,49
13.	ROTI	20,73	19,84	71,51	105,2	80,3	59,51
14.	SKLT	14,99	13,75	24,26	12,20	39,70	21
15.	ULTJ	16,66	13,48	12	69,67	27,17	27,8
16.	UNVR	76,63	124,3	103,2	110	108,5	104,5
	Mean	40,36	44,25	74,86	59,18	68,59	60,16

Sumber : www.idx.co.id (data diolah, 2023)

Berdasarkan data rata-rata *DPR* pada perusahaan *Consumer Goods* di BEI pada periode 2018-2022 diatas yaitu mengalami fluktuasi. Untuk perusahaan Barang Konsumsi pada tahun 2018 memperlihatkan nilai mean *DPR* sebesar 40,36%, artinya pada tahun 2018 ini merupakan tahun yang pembagian dividennya paling kecil dibandingkan tahun lainnya. Lalu pada tahun 2020 pembagian dividen pada perusahaan-perusahaan sektor *consumer goods* mengalami peningkatan sebesar 74,86%. Hal ini memperlihatkan bahwa di tahun 2020 perusahaan-perusahaan di bidang *consumer goods* diatas membagikan dividen paling besar dibanding tahun lainnya. Dimana semakin tinggi *dividen payout rasionya*, akan bertambah besar juga bagian laba yang dibagikan perusahaan berupa dividen kepada pemilik saham. Sehingga, di saat seperti itu, perusahaan atau manajer harus memilih antara untuk menahan labanya demi kepentingan perusahaan atau tetap memberikan dividen kepada pemegang saham, supaya bisa memancing perhatian investor untuk berinvestasi di perusahaan.

Hasil penelitian Maharisht & Riduwan Akhmat (2022) menunjukan bahwa profitabilitas mempunyai dampak positif pada kebijakan dividen, yang

berarti jika kemampuan perusahaan menghasilkan laba semakin besar, maka dividen yang dibagikan juga semakin tinggi. Kemudian hasil penelitian Gunawan & Harjanto (2019) mengutarakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berdampak signifikan pada kebijakan dividen. Sedangkan, Lailika dkk (2023) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh positif pada kebijakan dividen. Artinya bila pertumbuhan perusahaan semakin tinggi, dividen yang dibagikan akan semakin tinggi. Hasil penelitian Wahyuliza & Fahyani (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen, yang mana jika ukuran perusahaan meningkat, pembayaran dividennya juga meningkat. Sedangkan, menurut hasil penelitian Devi & Mispayanti (2020) ukuran perusahaan yang diproksi dengan *size* tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Pada hasil penelitian Shoffi Munifah (2021) dan Lailiyah & Abadi (2021) *Dispersion of Ownership* mempunyai pengaruh positif juga signifikan pada kebijakan dividen, artinya jika semakin banyak penyebaran kepemilikan saham, maka pembagian dividen akan bertambah. Sedangkan, menurut Mangasih & Asandimitra (2017) dan Lariwu dkk (2020) menunjukkan bahwa *Dispersion of Ownership* memiliki pengaruh negatif atau tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

Dikarenakan terdapat perbedaan antara fenomena di atas dengan hasil penelitian, terdapat perbedaan antara hasil penelitian peneliti sebelumnya, serta terdapat perbedaan rentang tahun penelitian, sehingga perlu dilakukan penelitian tersendiri. Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas menjadi alasan peneliti mengerjakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan *Dispersion of Ownership* Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022?
2. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022?
4. Apakah *Dispersion of Ownership* berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Dispersion of Ownership* terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak, kegunaan penelitian ini antara lain, yaitu:

a. Bagi peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat untuk memperluas pengetahuan mengenai profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan *dispersion of ownership* terhadap kebijakan dividen. Dan juga untuk menerapkan ilmu yang peneliti dapatkan selama mengikuti perkuliahan, berpikir kritis, sistematis dan mengaplikasikan teori.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk membantu kemajuan ilmu pengetahuan dengan menjadi sumber referensi yang menyampaikan informasi teoritis maupun empiris kepada pihak-pihak yang ingin melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini dimasukkan sebagai informasi untuk menjadi bahan masukan dalam menentukan kebijakan bagi perusahaan serta menjadi pertimbangan oleh *manager* agar membuat keputusan yang tepat sehubungan dengan kebijakan dividen di perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI.