

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pasar modal merupakan salah satu aspek yang berperan dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Perkembangan pasar modal di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada inews.id (2020) meskipun terdampak Covid-19 investor pasar modal di Indonesia tumbuh signifikan dengan kenaikan 22% dari tahun 2019 yaitu dengan jumlah investor pada tahun 2020 mencapai 3,02 juta investor. Tahun 2020 Bursa Efek Indonesia menjadi bursa yang memiliki aktivitas pencatatan saham baru (IPO) tertinggi diantara bursa-bursa di kawasan Asia tenggara. Hal tersebut tercermin pada rata-rata frekuensi perdagangan yang meningkat sebesar 32% menjadi 619 ribu kali per hari (IDX, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa tingginya minat masyarakat baik dari dalam negeri maupun luar negeri untuk menanamkan modalnya pada perusahaan – perusahaan di Indonesia. Tingginya minat masyarakat untuk menanamkan modalnya tersebut harus didukung oleh peningkatan kinerja perusahaan. Karena investor akan tertarik dengan perusahaan yang memiliki kinerja yang baik. Investor yang ingin menanamkan modalnya harus menganalisis dan melakukan penilaian sebelum menentukan keputusan investasi. Hal tersebut diharapkan untuk mengurangi risiko kerugian dimasa mendatang.

Penelitian ini menggunakan salah satu perusahaan manufaktur khususnya sektor *consumer goods*. Hal ini dikarenakan perusahaan industri *consumer goods* banyak diminati karena sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok dan untuk menjamin keberlangsungan hidup manusia sehari-hari. Perusahaan *consumer goods industry* merupakan perusahaan yang bergerak dari berbagai industri yaitu, industri makanan dan minuman, industri farmasi, industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, dan industri peralatan rumah tangga.

**PERKEMBANGAN PERDAGANGAN SAHAM SEKTORAL TAHUN 2020**

Sektoral	Rata - Rata Tahun 2020			Kapitalisasi Pasar	
	Volume (juta)	Nilai (Rp Miliar)	Freq (Ribu)	Nilai (Rp)	%
IHSG	7,794.02	7,653.37	530.84	5,889,595,031,233,090	100.00
Pertanian	162.96	88.04	9.13	73,169,106,309,086	1.24
Pertambangan	1,120.62	571.58	54.46	312,112,034,242,234	5.30
Industri Dasar	522.47	601.32	50.30	625,702,264,815,862	10.62
Aneka Industri	270.22	370.04	19.12	275,039,213,354,810	4.67
Industri Konsumsi	340.01	692.51	51.70	1,062,044,027,941,780	18.03
Properti & Real Estate	1,451.51	448.17	65.62	288,327,930,451,064	4.90
Infrastruktur	1,076.62	1,044.22	94.34	627,866,727,401,796	10.66
Keuangan	1,270.34	2,981.89	96.84	2,080,690,792,205,900	35.33
Perdagangan	1,579.26	855.59	89.34	544,642,934,510,562	9.25

(Sumber: *Ojk.go.id*, 2020)

Berdasarkan data statistik pasar modal 2020 yang di publikasikan oleh situs Otoritas Jakarta Keuangan (OJK), sektor tersebut memiliki proporsi nilai kapitalisasi pasar terbesar kedua setelah sektor keuangan yaitu sebesar 18,03%. Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat tidak dapat lepas dari peran sektor *consumer goods*. Sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada sektor *consumer goods* karena dianggap memiliki prospek yang baik. Sehingga di harapkan dapat memberikan keuntungan yang besar di masa yang akan datang. Perusahaan Phintraco Sekuritas menyatakan sektor *consumer goods* menjadi salah satu idola bagi investor pasar saham di tengah pandemi Covid-19 saat ini, seiring tingginya konsumsi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Antarnews.com, 2020).

Tujuan perusahaan yaitu untuk mengoptimalkan aset yang dimiliki agar dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui profit yang dihasilkan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Suranto & Walandouw, 2017). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan di masa depan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi pula citra perusahaan yang diperoleh.

Namun permasalahan utama yang ditemukan pada penelitian ini adalah turunnya harga saham pada perusahaan *consumer goods* secara drastis pada tahun

2018. Menurut Mirae Asset Sekuritas Indonesia dalam risetnya menyatakan bahwa pertumbuhan industri *consumer goods* di Indonesia pada tahun 2018 mengalami perlambatan dalam beberapa tahun terakhir. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab perlambatan pada sektor yang biasa disebut *Fast Moving Consumer Good* (FMCG) diantaranya adalah persaingan antar perusahaan yang semakin ketat yang melibatkan berbagai merek lokal maupun impor, pemulihan daya beli masyarakat yang melambat, serta pergeseran pilihan konsumen dari produk FMCG ke produk non- FMCG juga semakin memperlambat pertumbuhan industri tersebut. Perlambatan tersebut tercermin dari kinerja beberapa emiten di Bursa Efek Indonesia (BEI), PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) kinerjanya menurun hingga 19,7%, PT CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) sahamnya menurun sebesar 3,57% dan PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) juga mengalami penurunan sebesar 20,23%. Hasil survei Bank Indonesia (BI) mengatakan bahwa indeks penjualan riil menunjukkan kelemahan pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir, yang sejalan dengan perlambatan industri FMCG (cnbcindonesia.com, 2018).

Hal tersebut menjadikan para investor untuk lebih waspada dalam menanamkan modalnya kepada perusahaan yang mereka pilih pada sektor *consumer goods*. Dengan demikian, perusahaan pun harus mengupayakan strategi untuk prospek perusahaan di masa mendatang agar nilai perusahaan dapat bertahan atau semakin meningkat dan para investor dapat percaya untuk dapat menginvestasikan dananya pada perusahaan serta pihak kreditur tidak merasa khawatir untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya: struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan *firm size* atau ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal. Struktur modal dapat digunakan para calon investor sebagai dasar untuk menanamkan investasinya ke dalam perusahaan karena variabel ini menggambarkan modal sendiri, total hutang dan total aset dimana ketiganya dimanfaatkan oleh mereka untuk melihat tingkat risiko, tingkat pengembalian (*return*) dan pendapatan (*revenue*) yang akan diterima oleh perusahaan. Tingkat

risiko, tingkat pengembalian (*return*) dan pendapatan (*revenue*) perusahaan dapat mempengaruhi tinggi rendahnya permintaan akan saham dimana hal tersebut juga akan mempengaruhi nilai perusahaan (Mudjijah et al., 2019). Sampai saat ini, struktur modal adalah masalah bagi perusahaan karena pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan manajer keuangan untuk menciptakan struktur modal optimal yang dapat menyeimbangkan penggunaan utang dengan modal sendiri. Menurut Makkulau et al., (2018) bahwa struktur modal yang baik sangat dibutuhkan untuk membangun perusahaan. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk menentukan langkah utama bagi suatu perusahaan agar dapat melangkah kedepan yang lebih baik.

Menentukan struktur modal yang baik penting untuk diketahui kondisi keuangan serta kemampuan perusahaan dalam membayar dan membiayai sendiri kegiatan operasionalnya. Jika kondisi keuangannya baik, maka sebenarnya tidak diperlukan untuk mencari atau menambah modal melalui hutang, karena itu hanya akan mengurangi laba yang didapatkan perusahaan. Pendapat ini didukung oleh Brigham (2006) dimana ia lebih mengandalkan modal sendiri dari pada penambahan modal dari luar perusahaan. Masalah struktur modal merupakan masalah yang penting bagi setiap perusahaan, karena baik buruknya struktur modal perusahaan akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansialnya.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Menurut Safrida dalam Tumangkeng, (2018) perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pementapan posisi di peta 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 rentang terhadap adanya isu negatif. Pertumbuhan cepat juga memaksa sumber daya manusia yang dimiliki untuk secara optimal memberikan kontribusinya. Agar pertumbuhan cepat tidak memiliki arti pertumbuhan biaya

yang kurang terkontrol, maka dalam mengelola pertumbuhan perusahaan harus memiliki pengendalian operasi dengan penekanan pada pengendalian biaya.

Pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sedang berkembang. Jika investasi dilakukan dengan tepat, maka pertumbuhan perusahaan akan mendatangkan laba dimasa depan. Pertumbuhan perusahaan diharapkan berbanding lurus dengan pergerakan nilai perusahaan (Indriawati et al., 2018).

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *firm size* atau ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun, di sisi lain akan menimbulkan hutang yang banyak karena resiko perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya sangat kecil (Indriyani, 2017).

Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi menjadi perusahaan berskala besar dan perusahaan berskala kecil. Menurut Rachmawati dan Purwanti (2016) dalam Setiawati (2018), perusahaan yang mempunyai nilai skala kecil cenderung kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Hal ini disebabkan perusahaan kecil hanya memiliki faktor-faktor pendukung yang terbatas untuk memproduksi barang. Keterbatasan memproduksi barang juga disebabkan perusahaan yang berukuran kecil masih terbatas mendapatkan pendanaan eksternal. Perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditor. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mudjijah, dkk. (2019) menunjukkan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Penelitian Suranto & Walandouw (2017) dan Makkulau et al., (2018) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif tidak signifikan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tumangkeng & Mildawati (2018) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aeni & Asyik, (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Tumangkeng, (2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriawati et al., (2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawati, (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriyani, (2017), secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas terdapat fenomena dan adanya perbedaan hasil penelitian tentang struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan (*firm size*) terhadap nilai perusahaan, sehingga hal ini menunjukkan bahwa adanya ketidak konsistenan antar peneliti terhadap hasil yang diberikan. Oleh sebab itu, peneliti termotivasi untuk memilih topik ini dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020”**.

Penelitian ini sangat penting karena untuk memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan sebelum melakukan suatu riset atau eksperimen tertentu, untuk mengetahui dan membandingkan antara data yang dihasilkan dari peneliti dengan fakta yang terjadi di masyarakat, dengan penelitian ini akan menghasilkan dan menemukan temuan-temuan (inovasi) yang bersifat ilmiah dan dapat teruji kebenarannya. Sehingga dari penelitian ini peneliti dapat memecahkan suatu masalah yang terjadi di masyarakat dan memberikan jawaban dan solusi yang tepat bagi masyarakat atau investor terutama bagi perusahaan *consumer goods*.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* periode 2017-2020?
2. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* periode 2017- 2020?
3. Apakah *Firm Size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* periode 2017- 2020 ?

### **1.3. Tujuan penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* periode 2017- 2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* periode 2017- 2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Firm Size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* periode 2017- 2020.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dengan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti serta sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil topik yang sama untuk menambah wawasan mengenai penyusunan skripsi.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan atau informasi mengenai pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan *Firm Size* terhadap nilai perusahaan sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan di masa depan

**3. Bagi investor**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat, khususnya investasi pada perusahaan yang teradapat pada subsektor *consumer goods*.