

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Memasuki era globalisasi persaingan di berbagai bidang semakin ketat. Termasuk di bidang perekonomian dan perdagangan bebas yang menyebabkan semakin ketat pula persaingan usaha di Indonesia. Hal tersebut terjadi karena ekonomi dan teknologi yang berkembang begitu pesat sehingga mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat bersaing dan bertahan demi kelangsungan usahanya. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II (Q2) 2020 dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu (Q2) 2019 mengalami kontraksi sebesar 5,32% secara tahunan (*year on year*). Angka tersebut memburuk dari (Q1) 2020 yang tercatat sebesar 2,97% dan (Q2) 2019 yang tercatat sebesar 5,05%.

Salah satu penyebab ekonomi tumbuh tidak maksimal dikarenakan melambatnya pertumbuhan konsumsi rumah tangga. Pertumbuhan konsumsi rumah tangga pada kuartal III (Q3) 2020 masih tumbuh negatif sebesar 4,04% (*year on year*), sedikit lebih baik dibandingkan dengan kuartal II (Q2) 2020 yang tumbuh negatif sebesar 5,51% (*year on year*). Dalam mengukur ekonomi secara keseluruhan dapat dilihat dengan kontribusi terbesar dari konsumsi rumah tangga yang menjadi salah satu acuan. Pasalnya konsumsi rumah tangga menyumbang sebesar 57,85% dari kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Tren pertumbuhan konsumsi memang selalu sejalan dengan laju ekonomi. Dikala konsumsi melambat, hampir dipastikan akan berimbas pada agregat pertumbuhan ekonomi. Suhariyanto, Kepala BPS menyatakan faktor penyebab melambatnya pertumbuhan konsumsi rumah tangga dikarenakan daya beli masyarakat yang masih rendah (kompas.com, 09 Desember 2020).

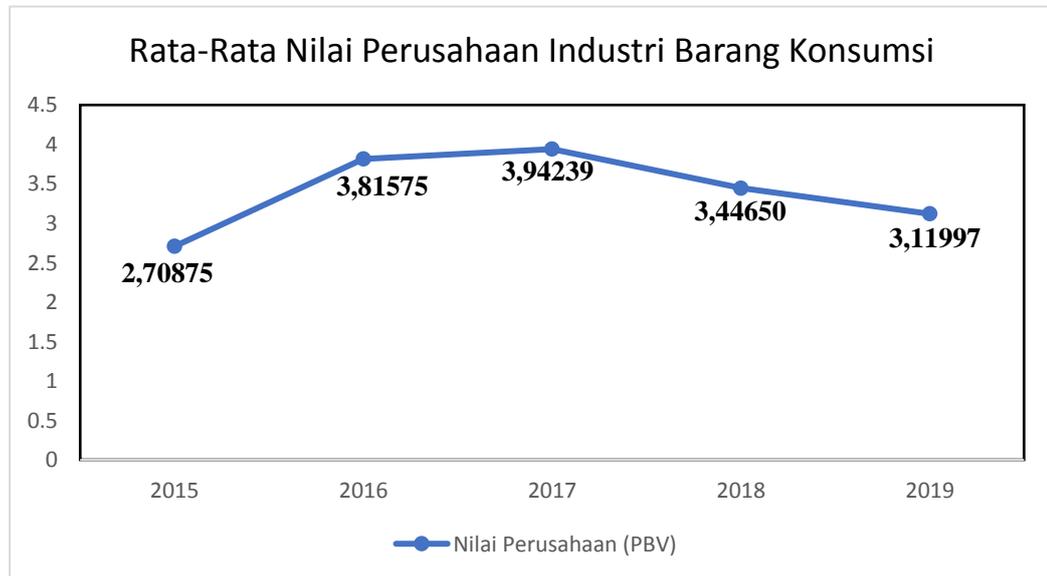
Oleh karena itu suatu perusahaan akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menyediakan barang atau jasa yang dihasilkan, dan diharapkan masyarakat dapat menerima dan puas dengan hasil tersebut. Sebagian besar tantangan yang dihadapi yaitu adanya persaingan yang akan datang sebagai

akibat dari industri-industri yang menghasilkan produk yang sejenis ke dalam pasar. Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat kinerja sektor *consumer* mengalami penurunan sebesar 19,17% pada kuartal I (Q1) 2020, penurunan tersebut merupakan yang paling tipis dibandingkan sektor lainnya. Menurut Suria Dharma, Kepala Riset Samuel Sekuritas menilai kondisi tersebut tidak bisa digeneralisasi dan dilihat secara sektoral saja, melainkan harus dilihat dari kinerja masing-masing emiten penghuni sektor tersebut (market.bisnis.com, 12 September 2020).

Oleh sebab itu, diperlukan inisiatif dari pihak manajemen untuk dapat meningkatkan kemampuan bersaing dalam memasarkan produk yang dihasilkan baik dalam kualitas maupun harga jualnya. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* yakni berorientasi pada laba yang salah satunya dapat meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang, sehingga nilai perusahaan dianggap mampu mempengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham di masa mendatang atau berorientasi jangka panjang (Sudana, 2015: 8).

Nilai perusahaan dapat diproksikan dengan menggunakan rasio *price to book value* (PBV). PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat diketahui harga saham perusahaan berada di atas atau di bawah nilai bukunya. Keberadaan *price to book value* (PBV) sangat penting bagi para pemegang saham atau calon investor dalam menentukan strategi berinvestasi di pasar modal. Semakin tinggi perolehan nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV dapat meningkatkan harga saham, serta tingkat kesejahteraan dan kemakmuran para pemegang saham pun ikut meningkat. Sehingga nilai perusahaan dianggap sebuah prestasi dari kinerja manajer atas kepercayaan investor dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan.

**Gambar 1.1**  
**Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV)**  
**Industri Barang Konsumsi 2015-2019**



Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah, 2021)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas menunjukkan fenomena nilai perusahaan industri barang konsumsi yang diukur dengan PBV mengalami fluktuasi dari periode tahun 2015-2019. Faktor penyebab rata-rata perhitungan nilai perusahaan industri barang konsumsi mengalami penurunan di tahun 2019 dikarenakan kebijakan pemerintah yang lebih populis, melemahnya nilai rupiah terhadap dollar Amerika, naiknya inflasi yang diakibatkan adanya kenaikan tarif cukai rokok, kenaikan iuran BPJS, dan kenaikan tarif beberapa ruas jalan tol. Sehingga masyarakat menahan pola konsumsinya, yang mengakibatkan daya beli masyarakat Indonesia menjadi rendah.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor pertama adalah profitabilitas. Menurut Fahmi (2015: 135) profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang ditunjukkan dari penjualan dan pendapatan investasi, serta dapat mengukur tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh, maka ekspektasi pembagian dividen juga semakin tinggi. Hal tersebut dapat mempengaruhi harga saham, karena apabila harga saham naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Dengan diperolehnya profit atau laba yang

tinggi dapat memberikan prospek perusahaan yang lebih baik di masa depan, sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor dalam keputusan berinvestasi dan dapat meningkatkan permintaan saham. Karena apabila terdapat kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, sehingga secara tidak langsung dapat menaikkan harga saham di pasar modal.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal yang baik yaitu dapat meminimumkan biaya modal dan dapat memaksimumkan nilai perusahaan yang mencerminkan harga saham suatu perusahaan serta kesejahteraan pemegang saham. Keputusan mengenai penggunaan hutang atau ekuitas dalam pembiayaan investasi dipegang sepenuhnya oleh manajer keuangan. Dan sesuai dengan tujuan manajer keuangan menurut Ross, *et al.* (2018: 11) yang akan bertindak untuk kepentingan para pemegang saham dengan mengambil keputusan yang akan meningkatkan nilai saham. Tujuan ini untuk menentukan nilai dan meminimalkan resiko yang kemungkinan besar terkait dengan penggunaan utang. Perusahaan tidak akan menggunakan utang dalam jumlah besar, dikarenakan dapat menyebabkan resiko kepailitan dan meningkatnya biaya-biaya *financial distress*. Akan tetapi, utang dengan tingkat yang optimal dapat memaksimumkan nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan (Sartono, 2015: 249). Ukuran perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh tambahan modal eksternal untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan. Dalam hal ini, ukuran perusahaan dilihat dari total aset. Perusahaan yang lebih besar akan semakin mudah untuk mendapatkan sumber dana eksternal yang berupa hutang dalam jumlah yang besar, sehingga akan membantu kegiatan operasional dan produktivitas perusahaan dapat meningkat. Selain itu, perusahaan yang lebih besar diharapkan memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil yang memiliki aset terbatas. Sehingga dalam hal ini, ukuran perusahaan dianggap mampu dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian mengenai nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti penelitian menurut Yanti dan Darmayanti (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrinita (2019) yang menunjukkan bahwa struktur modal dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dari ulasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil penelitian yang masih tidak konsisten terhadap nilai perusahaan, sehingga peneliti bermaksud untuk meneliti kembali agar dibuktikan hasil yang lebih konsisten. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan industri barang konsumsi. Perusahaan industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor industri yang cukup menarik. Hal ini dikarenakan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Sehingga peneliti mengambil judul skripsi: **“Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019”**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan diatas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?

3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dengan melakukan penelitian dan mempelajari bagaimana pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

#### **a. Bagi Peneliti**

Untuk menambah informasi, pengetahuan, serta pemahaman mengenai adanya pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

b. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa pemahaman dan menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi perkembangan penelitian di bidang manajemen keuangan khususnya yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan industri barang konsumsi khususnya bagi manajemen perusahaan dalam menganalisis laporan keuangan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan dan digunakan sebagai tolok ukur untuk mengetahui kemajuan perusahaan.

d. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan digunakan sebagai alat bantu bagi investor dan calon investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya di suatu perusahaan.