

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pengolahan bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun menjadi barang jadi yang dapat diolah maupun dipergunakan langsung oleh konsumen. Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, Bursa Efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli Efek (fasilitator) pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan Efekdi antara mereka. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi kedalam tiga jenis yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Pada penelitian ini peneliti memilih sektor industri barang konsumsi karena perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi memproduksi kebutuhan pokok yang paling dibutuhkan oleh masyarakat seiring dengan bertambahnya pertumbuhan penduduk di Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat, seiring dengan era globalisasi ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat dunia. Persaingan bisnis antar perusahaan saat ini tidak terlepas dari pengaruh berkembangnya dinamika ekonomi, sosial politik, serta kemajuan teknologi. Dengan adanya hal tersebut setiap perusahaan harus meningkatkan nilai perusahaan dan mempertahankan kinerjanya atau bahkan meningkatkan kualitasnya agar perusahaan mampu bersaing era globalisasi ekonomi saat ini.

Tujuan meningkatkan nilai perusahaan adalah untuk menarik minat investor berinvestasi terhadap suatu perusahaan (Pramana & Mustanda, 2016). Seorang investor harus bisa memanfaatkan semua informasi dari laporan keuangan untuk melakukan analisis pasar dan melakukan investasi dengan harapan mendapat keuntungan. Bagi investor harga saham yang tinggi

menandakan bahwa tingginya tingkat kemakmuran dari para pemegang saham perusahaan (K. Y. Dewi & Rahyuda, 2020).

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari tingkat kepercayaan masyarakat akan kondisi tertentu terhadap perusahaan selama perusahaan tersebut menjalankan operasinya setelah jangka waktu yang cukup lama, yaitu sejak berdirinya suatu perusahaan tersebut sampai sekarang ini beroperasi (Septriana & Mahaeswari, 2019). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan, karena maksimalisasi nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Lubis et al., 2017).

Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi adalah perusahaan yang memproduksi barang-barang yang menjadi kebutuhan dasar konsumen, misalnya makanan dan minuman, obat, perlengkapan dan peralatan rumah tangga. Produk-produk yang dihasilkan oleh sektor barang konsumsi bersifat konsumtif dan disukai atau dibutuhkan oleh setiap orang, sehingga sektor barang konsumsi memiliki tingkat penjualan dan laba yang besar, sehingga berdampak terhadap pertumbuhan perusahaan dalam sektor tersebut. Pertumbuhan perusahaan yang melaju begitu tinggi dari sektor barang konsumsi, tentu saja akan berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan disektor tersebut. Hal tersebut menjadikan investor lebih memilih untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi.

Harga saham di pasar modal mengalami fluktuasi yang berubah-ubah, hal tersebut berkaitan dengan naik dan turunnya nilai perusahaan. Kondisi pasar saham atau performa saham di bursa efek dapat dilihat melalui Index Harga Saham Gabungan (ISHG), dimana investor dapat memantau pergerakan harga saham. Semakin tinggi harga ISHG, umumnya semakin tinggi nilai perusahaan. Salah satu pasar modal yang ada di Indonesia yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2018, pertumbuhan industri barang konsumsi dinilai mengalami perlambatan hal itu dikarenakan melemahnya daya beli masyarakat. Pada tahun 2017 industri tersebut hanya mampu tumbuh 2,7%, dibandingkan 11% CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) dari tahun 2013 hingga 2017. Perlambatan itu tercermin dalam beberapa emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI),

seperti PT Unilever Indonesia Tbk/UNVR yang kinerjanya anjlok hingga 19,7%, PT CBP Sukses Makmur Tbk/ICBP sahamnya tergelincir 3,57% dan PT Kalbe Farma Tbk/KLBF juga merosot 20,23%. (Sumber : cnbn Indonesia). Turun dan naiknya harga saham pada sebuah perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan tersebut.

Didalam penelitian ini faktor-faktor yang digunakan diantaranya adalah profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan kebijakan utang (Hery, 2016) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Dilihat dari sudut pandang investor profitabilitas dilihat sebagai indikator penting dalam melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut (Lumoly et al., 2018) menjelaskan prospek perusahaan yang baik menunjukkan profitabilitas yang tinggi, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. (Dewi, Kadek Yuliana. Rahyuda, 2020) dan (Indriyani, 2017) juga menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Suryana & Rahayu, 2018) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio lain yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek perusahaan. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa suatu perusahaan dalam kondisi baik, sehingga akan meningkatkan permintaan atas saham dan menaikkan harga jual saham. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (I. G. A. D. N. Yanti & Darmayanti, 2019) menjelaskan bahwa jika perusahaan memiliki likuiditas yang baik maka perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dimata investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan. (Mery et al., 2017) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan, sedangkan (Lumoly et al., 2018) dan (Indriyani, 2017) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Seberapa besar perusahaan dapat dilihat dari skala perusahaan, jumlah aset yang dimiliki perusahaan, frekuensi, pangsa pasar, dan faktor lainnya, perusahaan yang besar akan menimbulkan kesan memiliki kepastian atau *going concern* yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, dan akan lebih mudah memperoleh pembiayaan eksternal. Dalam penelitian (Lumoly et al., 2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan termasuk variabel yang harus dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, akan lebih menarik minat investor sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total aset perusahaan. Ukuran perusahaan mencakup besar kecilnya sebuah perusahaan yang diperlihatkan oleh aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan total aset rata-rata (A. A. A. K. Dewi & Badjra, 2017). (Lumoly et al., 2018) dan (Astika et al., 2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Indriyani, 2017) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, nilai perusahaan juga dapat diukur dengan kebijakan utang. Kebijakan utang termasuk kebijakan pendanaan yang bersumber dari eksternal perusahaan. Semakin tinggi proporsi utang yang ditetapkan oleh perusahaan pada tingkat tertentu, maka semakin tinggi nilai perusahaan, namun apabila tingkat utang melampaui proporsi utang yang sudah ditetapkan oleh perusahaan maka yang terjadi adalah penurunan nilai perusahaan karena timbulnya biaya kepailitan (Pertwi et al., 2016) menemukan bahwa kebijakan utang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Haryanto et

al., 2018) dan (Ridwan et al., 2019) menemukan kebijakan utang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pentingnya penelitian ini untuk menggali lebih dalam dengan data-data dan memperoleh bukti empiris terkait dengan pentingnya nilai perusahaan. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan, perusahaan dapat lebih menarik minat investor untuk menginvestasikan modalnya sehingga perusahaan dapat terus berkembang dengan baik dan mampu terus bersaing dalam era bisnis saat ini. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serta menyajikannya dalam sebuah laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Utang terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah pokok penelitian diatas, maka masalah penelitian ini dapat dispesifikasikan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?
4. Apakah kebijakan utang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.
2. Untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh rasio likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.
3. Untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.
4. Untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh kebijakan utang terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi manajemen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan keputusan yang diambil dalam informasi yang dihasilkan.
2. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan untuk pengembangan ilmu mengenai rasio apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan diharapkan dapat melanjutkan penelitian berikutnya dalam bidang keuangan.