

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada umumnya, tujuan utama dibentuknya suatu perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal, mensejahterahkan para pemegang saham, dan memaksimalkan nilai perusahaan. Adapun cara untuk mengukur tingkat kemakmuran para pemegang saham yaitu melalui nilai perusahaan. Nilai perusahaan suatu perusahaan akan terlihat dari harga pasar saham suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi, sehingga hal tersebut dapat memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham yang ditandai dengan pengembalian investasi yang tinggi pula. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang harusnya dicapai oleh suatu perusahaan. Karena penilaian investor terhadap suatu perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Selain itu, Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual dengan harga saham perusahaan.

Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi maka akan diikuti dengan tingkat kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston 2010:294). Nilai perusahaan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan, manajemen akan selalu berusaha untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan perusahaan akan lebih memiliki kemudahan mendapatkan suntikan dana. Nilai perusahaan sangat penting dikarenakan nilai perusahaan sangat mencerminkan kinerja suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi persektif investor terhadap perusahaan.

Terdapat dua faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal bersifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor eksternal dapat

berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal. Beberapa variabel tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil yang didapat hingga kini masih tidak konsisten.

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan keuntungan dengan menggunakan beberapa sumber yang dimiliki perusahaan seperti, aktiva modal atau penjualan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan, yaitu dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik, sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut.

Adapun beberapa hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan Riny (2018) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Penelitian Kusna & Setijani, (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Azmi et al, (2018), menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, Ukuran perusahaan juga merupakan unsur lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan

nilai dari suatu perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan total asset perusahaan yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Adapun beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Salah satunya adalah penelitian dari Rasyid et al. (2015) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian Rai dan Merta (2016) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, *Leverage* juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban finansial perusahaan jangka pendek ataupun jangka panjang. Perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) untuk mendapatkan modal guna memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dari sebelumnya. *Leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang (Wiagustini, 2010:76). Penggunaan hutang tersebut diharapkan perusahaan akan mendapat respon positif oleh pihak luar. Jadi hutang merupakan sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Hanafi, 2011:316).

Dalam beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Salah satunya adalah penelitian Mandey et.al (2017) yang menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian Sari dan Abundanti (2014) yang meneliti bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

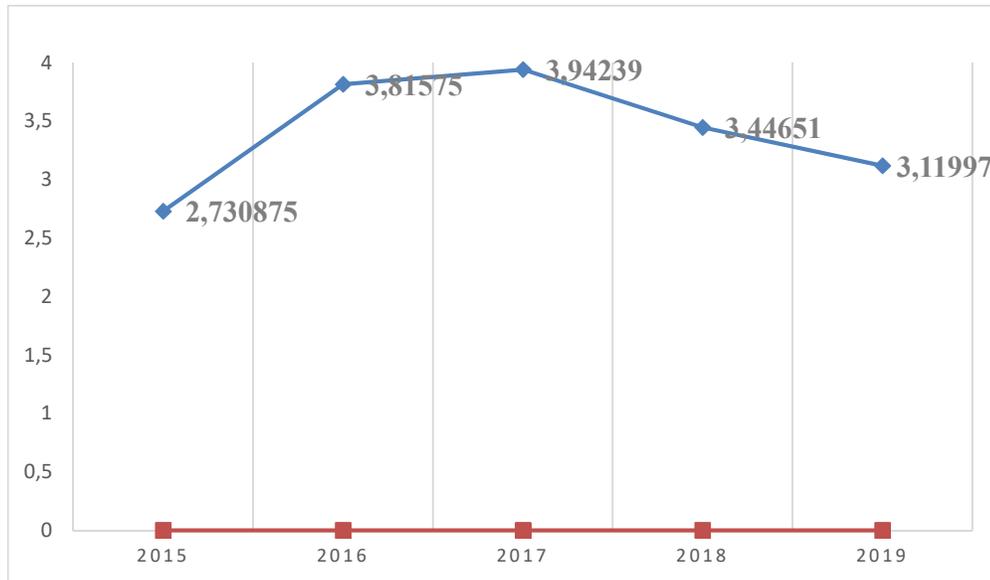
Dari uraian diatas bisa dilihat bahwasannya sudah banyak sekali peneliti sebelumnya yang meneliti bagaimana pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan sampel yang berbeda, namun hasil yang didapat pun juga berbeda. Adapun faktor – faktor lainnya yang

dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Namun beberapa faktor diatas merupakan variabel yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini pun akan menggunakan sampel pada perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Diketahui bahwasannya Bursa Efek Indonesia merupakan pasar modal terbesar di Indonesia. BEI mengelompokkan saham berdasarkan sektor dan jenis industri salah satunya adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*Consumer Goods*). Perusahaan *Consumer Goods* terdiri dari lima subsektor yaitu subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor farmasi, subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, subsektor peralatan rumah tangga dan subsektor lainnya.

Perusahaan industri barang konsumsi (*Consumer Goods*) juga merupakan sektor yang memiliki keterkaitan tinggi dengan konsumen. Hal tersebut dikarenakan aktivitas dari sektor ini adalah memproduksi barang-barang kebutuhan konsumen sehingga sektor industri barang konsumsi sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan keberlangsungan hidup konsumen atau masyarakat. Hal tersebut membuat sektor industri barang konsumsi menjadi sektor yang akan terus menerus berkembang sehingga dapat menarik perhatian investor.

Sektor industri barang konsumsi juga berkontribusi besar dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi.. Hal tersebut dikarenakan perkembangan investasi sektor industri barang konsumsi terus menerus mengalami peningkatan. Badan Koordinasi Penanaman Modal atau BKPM (2020) menyatakan bahwa dalam beberapa tahun terakhir realisasi investasi di sektor manufaktur mencapai Rp 1.348,9 triliun dengan sektor yang paling diminati adalah sektor industri barang konsumsi yang mencapai Rp 293,2 triliun atau 21,7% dari total investasi. Investasi menjadi salah satu komponen dari pendapatan nasional. Maka dari itu, apabila pertumbuhan investasi meningkat akan membuat pendapatan nasional ikut meningkat yang nantinya akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi (www.investindonesia.go.id).



Gambar 1. 1 Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV) Sektor Consumer Goods

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.

Oleh karena itu, dengan adanya fenomena di atas maka penulis termotivasi untuk meneliti nilai perusahaan yang ada di sektor Consumer Goods yang menjadi objek penelitian, mengingat bahwa nilai perusahaan suatu perusahaan merupakan salah satu hal yang mendasari para investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi dengan tujuan untuk memperoleh laba aktivitas entitas tersebut. Berdasarkan penelitian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta adanya ketidakteragaman hasil pada peneliti-peneliti terdahulu, maka peneliti ini meneliti kembali faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Peneliti memproksikan profitabilitas dengan menggunakan NPM, ukuran perusahaan

diprosikan dengan menggunakan Ln Total Asset, Leverage di prosikan menggunakan DAR. Apabila ingin membuka suatu badan usaha maka perusahaan tersebut harus memiliki modal, modal yang di dapat yaitu dengan melalui modal sendiri, inverstor atau kreditur. Kemudian modal tersebut dikelola untuk kepentingan asset, terutama asset tetap contohnya untuk pembelian peralatan, Gedung dan lain-lain. Maka topik dalam penelitian ini dikembangkan dalam bentuk judul **PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)**'

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020. Hal ini dikarenakan perusahaan *Consumer Goods* lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi serta mempunyai ukuran sensitifitas yang tinggi terhadap setiap fenomena baik internal maupun eksternal perusahaan

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020
2. Apakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020
3. Apakah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris atas hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh profitabilitas terhadap terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh Ukuran perusahaan terhadap terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan sebagai berikut:

Bagi Ilmu Pengetahuan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Bagi Investor

Dengan adanya kajian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan pada saat melakukan investasi.

Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang