

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan memiliki berbagai tujuan seperti mencapai keuntungan maksimal atau laba, memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya. Nilai perusahaan merupakan aspek utama yang dilihat oleh investor sebelum mereka memutuskan untuk menginvestasikan dana di suatu perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dari tahun ke tahun merupakan suatu gambaran keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjalankan usahanya. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Arifianto, 2016).

Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik karena berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri termasuk pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada akhir tahun 2018 menjadi yang terburuk dalam 3 tahun terakhir setelah minus 2,54% dalam setahun, padahal tahun 2017 dan 2016 IHSG masih memberikan return 19,99% dan 15,32%. Penurunan indeks selama setahun tak bisa dilepaskan dari sejumlah katalis negatif baik dari dalam negeri seperti pertumbuhan ekonomi Indonesia yang belum beranjak dari 5%, depresiasi nilai tukar rupiah, defisit neraca perdagangan, hingga sentimen luar

negeri seperti perang dagang dan kenaikan *Fed Funds Rate* (FFR) bank sentral AS (<https://www.cnbcindonesia.com>).

Secara sektoral, semua indeks saham diperdagangkan menguat kecuali sektor konsumsi yang melemah sebesar 0,13%. Pelemahan tersebut nampak disebabkan oleh lemahnya penjualan ritel yang turun 1,8% secara tahunan (*year-on-year/YoY*). Padahal, pada periode 2017 pertumbuhannya mencapai 6,3% YoY sehingga pelemahan daya beli terutama pada komponen makanan, minuman & tembakau. Pada awal 2018, penjualannya hanya tumbuh sebesar 2% YoY sehingga banyak pelaku pasar melakukan aksi jual terhadap saham-saham sektor barang konsumsi, utamanya yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman, serta tembakau. Hal ini berdampak pada turunnya harga saham seperti pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) turun 0,83%, PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) turun 0,68%, dan PT Gudang Garam Tbk (GGRM) turun 2,2% (<https://www.cnbcindonesia.com>).

Penurunan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi dapat menurunkan nilai perusahaan pada sektor tersebut sehingga berdampak pada kepercayaan investor untuk berinvestasi. Jika harga saham yang tinggi dapat dipertahankan maka kepercayaan investor atau calon investor terhadap perusahaan tersebut juga semakin tinggi dan hal ini dapat menaikkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika harga saham mengalami penurunan secara terus menerus maka hal ini dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut di mata para investor atau calon investor.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pernah dilakukan sebelumnya seperti Arifianto (2016) yang melakukan penelitian pada perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ-45 periode 2011-2014 menemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROE (*return on equity*) dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa likuiditas yang diukur dengan DAR (*debt to asset ratio*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Thaib & Dewantara (2017) melakukan penelitian pada perusahaan transportasi laut di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015 menemukan bahwa profitabilitas yang diukur melalui *return on equity* (ROE) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas yang diukur dengan *current ratio* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan likuiditas yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan perusahaan pelayaran memiliki rata-rata profitabilitas yang rugi dan *current ratio* likuid sedangkan nilai perusahaan yang stagnan.

Akbar & Fahmi (2019) yang meneliti perusahaan manufaktur terdaftar di BEI tahun 2013-2017 menemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas yang diukur dengan *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum

bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan yang besar memiliki tanggungjawab financial yang tinggi pula.

Astuti (2019) yang menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Hasil penelitian menemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas yang diukur dengan *current ratio* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu juga ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tandanu & Suryadi (2020) yang meneliti pada perusahaan manufaktur terdaftar di BEI tahun 2016-2018 menemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on equity* (ROE) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan likuiditas yang diukur dengan *current ratio* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin kecil nilai perusahaan tersebut.

Penelitian-penelitian terdahulu tersebut dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan masih belum memberikan hasil yang konsisten atau ada perbedaan hasil penelitian, oleh karena itu penelitian ini difokuskan pada faktor profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

Ukuran perusahaan menjadi faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang diukur dengan *logaritma natural* total aset mengindikasikan kondisi perusahaan, dimana dengan total aset yang besar dapat membuka peluang untuk penggunaan aset secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba bersih perusahaan. Aset-aset yang ada akan selalu menguntungkan perusahaan jika dapat dikelola dengan baik. Investor juga dapat menilai perusahaan melalui jumlah aset yang dimiliki perusahaan tersebut sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Oktaviarni, 2019).

Likuiditas menjadi faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan. Likuiditas menjelaskan tentang suatu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dalam jangka pendek. Hal ini tentunya bisa dapat mempengaruhi beberapa persepsi investor untuk mengambil keputusan agar dapat berinvestasi di perusahaan tersebut. Apabila nilai rasio likuiditas tinggi akan mencerminkan bahwa kinerja perusahaan yang optimal dalam mempergunakan aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan. Dan hal ini pun dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan yang berada dalam harga saham (Sofiatin, 2020).

Profitabilitas menjadi faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pengaruh terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan didasarkan pada teori pensinyalan, jika perusahaan dapat menghasilkan laba yang stabil dan lebih tinggi, maka itu dilihat sebagai sinyal positif oleh investor terkait dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi setiap tahunnya, cenderung diminati oleh banyak investor. Dampaknya, akan membuat permintaan saham atas perusahaan tersebut meningkat, yang secara tidak langsung akan

meningkatkan harga saham dan akhirnya akan diikuti dengan kenaikan pada nilai perusahaan. Dan apabila semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin menarik para investor untuk dalam berinvestasi di perusahaan tersebut (Sofiatin, 2020).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Tandanu & Suryadi (2020) yang meneliti pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang dikategorikan dalam sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018. Hasil penelitian tersebut yaitu bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan Log total aset berpengaruh negatif signifikan sedangkan profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE) dan likuiditas yang diukur dengan *current ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini untuk mengukur profitabilitas menggunakan proksi yang berbeda yaitu *Return On Asset* (ROA) dan penelitian rentang waktu penelitian diperpanjang menjadi 4 tahun yaitu dari tahun 2016-2019 sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang berbeda.

Berdasarkan penjelasan mengenai *research gap* terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan *fenomena gap* berupa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI mengalami penurunan harga saham terutama pada sektor barang konsumsi bahkan kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada akhir tahun 2018 menjadi yang terburuk dalam 3 tahun terakhir. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

## **Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2016-2019”.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2019?
2. Adakah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2019?
3. Adakah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2019?

### **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada pengujian pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2016-2019.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti dapat menentukan tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2019.

2. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2019.
3. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2019.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat teoritis**

Secara teoritis kegunaan penelitian ini diharapkan akan dapat memverifikasi beberapa teori yang dirujuk dalam penelitian, yaitu *signaling theory*, *agency theory* dan *trade off theory* dalam kaitannya dengan pembuktian empiris pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### **1.5.2 Manfaat praktis**

1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan masukan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan perusahaan, sehingga dapat digunakan untuk mengambil keputusan pendanaan perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi oleh para investor agar tidak hanya melihat ukuran perusahaan dan profitabilitas yang dimiliki perusahaan, namun juga perlu memperhatikan nilai perusahaan.