

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Secara umum, tujuan didirikan perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal untuk kepentingan *stakeholder* (Suripto, 2015:1). Adapun *stakeholder* itu adalah pihak yang berkepentingan dalam perusahaan seperti: karyawan, manajemen, kreditur, *supplier*, pemerintah, pemegang saham, dan lain-lain. Dengan memperoleh keuntungan perusahaan dapat melangsungkan kegiatan operasionalnya dan dapat menguntungkan bagi pihak manapun seperti, manajer, pemegang saham, dan karyawan. Kini persaingan antar perusahaan semakin meningkat. Persaingan tak hanya terjadi dalam domestik saja, namun sudah masuk lingkup internasional. Hal ini mendorong perusahaan untuk menyiapkan strategi terbaik demi kelangsungan perusahaannya.

Salah satu strategi yang diambil adalah dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Karena banyak investor akan atau tidaknya menanamkan modal dengan melihat besarnya nilai perusahaan, sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang sudah berkembang lebih memprioritaskan untuk memaksimalkan nilai perusahaan daripada laba. Memaksimalkan nilai perusahaan ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Ketika harga saham pasar dalam sebuah perusahaan meningkat, kemakmuran pemegang saham pun akan meningkat. Dengan demikian, semakin meningkatnya harga saham perusahaan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah

gambaran dari sebuah harga dari perusahaan yang dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut ingin dijual (Husnan dalam Kurniawati et al. (2018). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan.

Dengan banyaknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya. Namun, tidak menutup kemungkinan suatu perusahaan tidak dapat mencapai nilai perusahaan dengan baik. Hal ini dikarenakan ketika terjadi konflik antar kelompok dalam perusahaan. Yang dimaksud dengan konflik antar kelompok atau *agency problem* adalah konflik yang timbul antara pemilik, karyawan dan manajer perusahaan dimana ada kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan pribadi dibandingkan dengan tujuan perusahaan (Sartono, 2010:10).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain *leverage*. *Leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya (Sartono, 2010:120). Jika dalam perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi, maka akan berdampak akan resiko kerugian yang lebih besar, tetapi juga berkesempatan untuk mendapat laba yang besar juga. Dikatakan resiko kerugian yang besar dikarenakan ketika tingkat *leverage* dalam sebuah perusahaan tinggi ini mengkhawatirkan karena anggapan kreditur, perusahaan tersebut akan mengalami resiko gagal bayar. Sehingga hal ini akan mempengaruhi perusahaan untuk mendapatkan pinjaman dari kreditur. Dampaknya dengan *leverage* yang tinggi, akan berpengaruh citra sebuah perusahaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh

Kurniawati et al. (2018) dan Utama & Lisa (2018) *leverage* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat ditentukan melalui ukuran perusahaan atau *size*. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan membuat para investor percaya untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini memudahkan perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan baik dari pihak internal maupun eksternal. Sehingga ukuran perusahaan ini berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan Kurniawati et al. (2018) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Namun dalam penelitian Eka Indriyani (2017) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan perusahaan. Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan dalam suatu periode, maka investor memiliki tanggapan yang positif terhadap perusahaan tersebut. Laba perusahaan ini bisa diperoleh melalui penjualan produk yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan Utama & Lisa (2018) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sebaliknya penelitian Kurniawati et al. (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berkaitan dengan Pengaruh *Leverage*, *Size* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini mengembangkan peneliti sebelumnya

yang dilakukan oleh Utama & Lisa (2018) berjudul “Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)” peneliti menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan variabel *leverage* memiliki hubungan dengan nilai perusahaan, dengan tingkat keeratan sedang, sedangkan variabel profitabilitas memiliki hubungan yang sangat kuat dengan nilai perusahaan. Secara parsial, baik *leverage* maupun profitabilitas ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi *leverage* dan profitabilitas masing-masing, semakin tinggi nilai perusahaan. Demikian pula secara simultan variabel *leverage* dan variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya secara bersama-sama semakin tinggi *leverage* dan profitabilitas semakin tinggi nilai perusahaan.

Dalam penelitian Kurniawati et al. (2018) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016) menunjukkan hasil penelitian variabel profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan sedangkan untuk variabel ukuran perusahaan dan *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten, maka peneliti ingin menguji kembali dan mengangkat masalah ini dengan judul “Pengaruh *Leverage*, *Size* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi”.

## 1.2 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan industri dan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.
2. Variabel *leverage* menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) dan variabel profitabilitas menggunakan *Return On Equity* (ROE).

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terkait *leverage*, *size* dan profitabilitas dan nilai perusahaan

dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi di STIE Widya Gama Lumajang.

- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi referensi informasi untuk melanjutkan dan memperbaiki penelitian ini.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademisi, diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan yang baru tentang *leverage*, *size*, profitabilitas dan nilai perusahaan.
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan melihat bagaimana *leverage*, *size* dan profitabilitas dalam perusahaan tersebut.
- c. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan menjadi bahan pengambilan keputusan akan penanaman modal pada suatu perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi.

