

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan laba untuk meningkatkan suatu nilai perusahaan yang dapat menggambarkan keadaan perusahaan dan berguna untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham perusahaan. Banyak perusahaan dari berbagai sektor berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan nilai perusahaannya karena nilai perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari harga pasar saham yang tinggi mengindikasikan bahwa kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula (Putra & Lestari, 2016).

Meningkatkan nilai perusahaan adalah tujuan dari setiap perusahaan, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka akan diikuti pula oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Sochib, 2018). Nilai perusahaan *go public* dapat tercermin dari harga pasar saham. Semakin tinggi harga saham menunjukkan semakin tingginya nilai suatu perusahaan dan begitu sebaliknya, semakin rendah harga saham maka semakin rendah pula nilai suatu perusahaan.

Naik turunnya harga saham dipasar modal menjadi fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri.

Untuk diketahui, indeks sektor manufaktur terdiri dari tiga sektor utama yakni sektor industri dasar dan kimia, aneka industri, dan sektor barang konsumsi.

Beberapa saham penghuni indeks ini juga menunjukkan pergerakan yang kurang prima. Saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) misalnya, telah melemah 8,31% sejak awal tahun 2019. Saham PT Astra International Tbk (ASII) juga telah terkoreksi 15,81% secara YTD. Selain itu, saham PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) juga tergerus 27,37% sejak awal tahun 2019. Tidak ketinggalan, dua saham emiten rokok terbesar, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) dan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) juga telah merosot masing-masing 36,50% dan 43,40% sejak awal tahun. (investasi.kontan.com,2019). Pada tahun 2014 PT Siantar Top Tbk (STTP) memiliki harga saham Rp 2.880,- naik menjadi Rp 3.015,- pada tahun 2015. Kemudian pada tahun 2016 harga saham PT Siantar Top Tbk (STTP) mengalami penurunan menjadi Rp 2.990,- dan naik kembali pada tahun 2017 sebesar Rp 4.360 (www.seputarforex.com).

Jika melihat beberapa kasus diatas terkait naik turunnya nilai perusahaan, nilai perusahaan menjadi aspek yang sangat penting untuk dijaga agar tetap dalam kondisi yang baik. Apabila nilai perusahaan tinggi maka dianggap mampu mendatangkan keuntungan bagi pemegang sahamnya, sebaliknya jika nilai perusahaan turun atau bahkan anjlok pada titik yang rendah maka akan merugikan pemegang sahamnya.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Weston dan Copeland (1992) mendefinisikan profitabilitas sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan

investasi perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para stakeholders yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Dengan baiknya kinerja perusahaan akan meningkatkan pula nilai perusahaan. Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya (Chen, 2004). Perusahaan dengan profit yang besar adalah perusahaan yang diminati oleh investor.

Profitabilitas perusahaan sangatlah penting karena untuk dapat melangsungkan kegiatan operasionalnya, suatu perusahaan harus selalu berada dalam keadaan menguntungkan agar dapat menarik modal dari luar. Jika perusahaan ingin tetap bertahan, maka perusahaan tentunya harus menghasilkan laba guna membiayai kegiatan operasionalnya karena pada umumnya perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya kemampuan menghasilkan laba (Syarina, 2017).

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, menurut Mudjijah (2019) struktur modal merupakan pembelanjaan permanen dimana ditunjukkan dengan perimbangan antara modal sendiri dan hutang. Perimbangan antara kedua hal tersebut akan mempengaruhi tingkat risiko dan tingkat pengembalian (*return*) yang diharapkan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Dewi (2014) struktur modal merupakan komposisi antara modal sendiri dengan hutang jangka panjang dalam pembiayaan permanen. Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang

dengan modal sendiri (Trang, 2015). Dapat disimpulkan bahwa struktur modal adalah pendanaan hutang jangka panjang dan modal saham sebagai permodalan permanennya.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh struktur modal, dimana upaya memaksimalkan nilai perusahaan perlu mempertimbangkan struktur modal yang optimal. Struktur modal berkaitan dengan jumlah hutang dan modal sendiri yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengetahui besarnya struktur modal yang digunakan perusahaan menggunakan *debt to equity ratio*. DER merupakan ratio mengukur kemampuan perusahaan dalam mengembalikan biaya hutang melalui modal sendiri yang dimilikinya yang diukur melalui total hutang dan total modal atau *equity* (Trang, 2015).

Struktur modal yang optimal merupakan kombinasi dari utang dan ekuitas (sumber eksternal) yang memaksimalkan harga saham perusahaan (Hermungsih, 1998). Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target struktur modal optimalnya, maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Penentuan target struktur modal optimal adalah salah satu dari tugas utama manajemen perusahaan.

Menurut Trang (2015) penelitiannya yang menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, studi yang dilakukan oleh Dhani (2009) menunjukkan hasil yang tidak sejalan yaitu bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana informasi mengenai struktur modal perusahaan tidak bisa digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan.

Selain struktur modal, faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, di antaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Menurut Putra & Lestari (2016) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, *log size*, harga pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan juga dapat diukur dengan jumlah penjualan, rata-rata penjualan, nilai pasar atas saham perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan umumnya dibagi kedalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan sedang (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Putra & Lestari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar dan terus tumbuh bisa menggambarkan profit mendatang, kemudahan pembiayaan ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor. Novari & Lestari (2016) menjelaskan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan dari ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Hasil positif memperlihatkan bahwa ukuran perusahaan yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan semakin tinggi pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah dari pada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol lebih baik terhadap kondisi pasar,

sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi, karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi aspek penting yang harus dijaga agar tetap berada dalam kondisi yang baik, karena nilai perusahaan yang baik akan dipandang para investor untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut.

Alasan yang memotivasi untuk dilakukan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu tentang pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memberikan hasil yang tidak sama. Mustanda (2017) menyatakan dalam penelitiannya bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Astriani (2014) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Putu Yunita (2014) menyatakan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, akan tetapi menurut Dedi Irawan (2019) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang tidak sejalan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Faktor berikutnya yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan tentang besar kecilnya suatu perusahaan yang ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Menurut penelitian Mustanda (2017) ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi menurut penelitian Novari & Lestari (2016) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan hasil dari penelitian sebelumnya menghasilkan hasil yang berbeda-beda maka penulis tertarik meneliti kembali dengan tema yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI”**.

1.2. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan tiga variabel antara lain profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan serta pengaruh ketiganya terhadap nilai perusahaan.
2. Dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sektor barang konsumsi periode tahun 2018-2020.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat pihak-pihak yang berkepentingan terhadap permasalahan yang dibahas. Manfaat dari dilakukannya penelitian ini antara lain :

1. Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang bidang akuntansi khususnya mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Bagi Investor, membantu memberikan informasi nilai perusahaan agar para investor dan pemegang saham dapat mempertimbangkan bagaimana seharusnya keadaan perusahaan yang baik untuk ditanamkan modal.
3. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengaplikasian variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.
4. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran langsung serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.