

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pasar modal berperan penting dalam meningkatkan perekonomian negara (Soetiono, 2016). Kondisi pasar modal suatu negara dapat dijadikan tolok ukur kemajuan ekonomi negara tersebut. Pasar modal sebagai sarana penghubung para investor dan perusahaan yang membutuhkan dana. Investor dapat menanamkan modalnya dengan melakukan pembelian saham dan surat berharga yang ditawarkan pada pasar modal. Perusahaan yang membutuhkan dana dapat memajukan usahanya dengan menerbitkan surat berharga berupa saham atau obligasi dan menjualnya kepada masyarakat melalui pasar modal sehingga negara memiliki sektor industri maju dengan ditandai pasar modal yang berkembang dengan baik . Pertumbuhan pasar modal di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Menurut (H. K. Dewi, 2022) meskipun dihadapkan oleh sejumlah tantangan global, pasar modal di Indonesia berhasil menorehkan beberapa pencapaian yang positif yaitu tahun 2022 jumlah investor meningkat 37,5% menjadi 10,3 juta investor dari sebelumnya 7,48 juta investor per akhir Desember 2021.

Menurut (Rufaidah, 2020:1) “pasar modal adalah suatu pasar yang mempertemukan pihak yang kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana”. Pengertian lain dari pasar modal adalah suatu pasar untuk perdagangan dana jangka panjang berupa obligasi atau saham. Oleh karena itu, pasar modal berfungsi sebagai sarana investasi dan pendanaan bagi bisnis dan organisasi

lainnya. Bisnis dapat menggunakan dana pasar modal untuk berbagai tujuan, termasuk ekspansi, modal kerja, dan pengembangan bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pihak yang kekurangan dana dan kelebihan dana dapat menggunakan pasar modal untuk melakukan transaksi.

Bursa Efek Indonesia merupakan tempat berlangsungnya transaksi pasar modal di Indonesia. Bursa Efek Indonesia selama 4 tahun berturut-turut sejak tahun 2019 memiliki aktivitas pencatatan saham baru (IPO) terbanyak di ASEAN dengan total emisi Rp.40,74 triliun (H. K. Dewi, 2022). Hal ini membuktikan minat masyarakat untuk berinvestasi sangat tinggi pada perusahaan di Indonesia. Untuk mendukung tingginya minat masyarakat dalam berinvestasi diperlukannya peningkatan kinerja perusahaan. Jika perusahaan memiliki kinerja yang baik, maka perusahaan dapat memiliki peluang untuk memperoleh pendanaan.

Sektor industri di Indonesia memiliki berbagai jenis, salah satunya industri manufaktur. Dalam industri manufaktur dibedakan menjadi tiga sektor yaitu Sektor industri dasar dan kimia, (*basic and chemical industry*), sektor aneka industri (*miscellaneous industry*), dan sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*). Data kapitalisasi pasar industri manufaktur tahun 2016-2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Kapitalisasi Pasar Industri Manufaktur Tahun 2016-2021

Tahun	Kapitalisasi Pasar (Rp)		
	Sektor Industri Dasar dan Kimia	Sektor Aneka Industri	Sektor Industri Barang Konsumsi
2016	289.366.070.934.365	315.321.989.182.940	1.187.934.152.871.370
2017	410.079.544.334.351	380.215.727.460.867	1.285.697.762.956.060
2018	585.410.246.512.491	417.854.357.578.192	1.611.806.435.651.000
2019	711.634.639.071.256	429.066.039.546.332	1.507.685.748.081.300
2020	702.858.360.469.752	339.795.275.993.580	1.141.439.816.133.210
2021	908.328.363.289.627	385.107.560.198.983	1.039.116.004.903.590

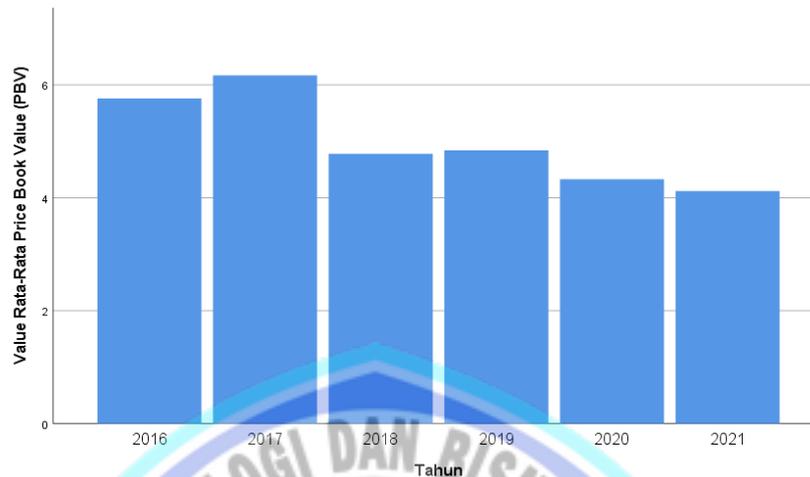
Sumber: www.idx.co.id data diolah

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dinyatakan bahwa nilai kapitalisasi pasar industri manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) memiliki nilai kapitalisasi pasar yang paling tinggi jika dibandingkan dengan sektor aneka industri (*miscellaneous industry*), dan sektor industri dasar dan kimia (*basic industry and chemicals*). Nilai Kapitalisasi pasar sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016-2018 mengalami kenaikan, sedangkan 2019-2021 mengalami penurunan. Meskipun nilai kapitalisasi pasar sektor industri barang konsumsi tidak selalu naik, pasar sektor industri barang konsumsi tetap memiliki nilai tertinggi dari industri manufaktur. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi akan menarik minat yang lebih besar para investor. Sektor barang konsumsi juga diperlukan untuk kehidupan sehari-hari untuk melanjutkan dan memenuhi kebutuhan mendasar. Perusahaan dalam industri barang konsumsi meliputi Industri makanan dan minuman, industri farmasi, industri kosmetik, industri rokok, dan industri peralatan rumah tangga. Sehingga peranan industri barang konsumsi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat tidak dapat dipisahkan.

Namun masalah utama penelitian ini adalah penurunan signifikan harga saham perusahaan barang konsumsi (*consumer goods*) pada tahun 2018-2020. Menurut (Muamar, 2018) Mirae Asset Sekuritas Indonesia menilai bahwa pertumbuhan industri barang konsumsi yang ada di Indonesia sedang mengalami perlambatan dalam beberapa tahun terakhir, ada beberapa faktor antara lain persaingan antar perusahaan yang semakin ketat dan memanas yang melibatkan berbagai merek lokal maupun impor. Data Badan Pusat Statistik mencatat bahwa konsumsi rumah tangga pada kuartal III-2019 hanya tumbuh 5,01% secara tahunan (Muamar, 2019). Sejumlah saham sektor *consumer good* mengalami penurunan seperti PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang turun 7,78%, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) -5,58%, PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) 4,38%, PT Kino Indonesia Tbk (KINO) yang terkoreksi 4,12%, dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) 1,61%. Penurunan pada saham-saham subsektor *fast moving consumer goods* (FMCG) disebabkan tingkat kepercayaan konsumen masih cenderung pesimistis sehingga konsumsi masyarakat agak melambat (H. kartika Dewi, 2020). Oleh sebab itu, investor harus lebih berhati-hati dalam berinvestasi di perusahaan barang konsumsi (*consumer goods*). Perusahaan juga harus melakukan strategi untuk prospek masa depan perusahaan agar nilai perusahaan dapat bertahan atau meningkat dan investor akan yakin untuk berinvestasi di perusahaan serta kreditur tidak khawatir memberikan dana pinjaman ke perusahaan. Kinerja perusahaan semakin baik, maka nilai perusahaan akan meningkat.

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan aset yang dimilikinya agar menghasilkan laba yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam kaitannya dengan harga saham yang dikenal dengan nilai perusahaan. Menurut (Sondakh & Morasa, 2019) “Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi”. Harga saham merupakan faktor penting bagi para investor dan menjadi hal yang perlu untuk diperhatikan ketika berinvestasi karena dapat dijadikan acuan untuk menentukan nilai perusahaan (Setyo Liyundira, 2019). Nilai perusahaan dapat menggambarkan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan dan mencerminkan kinerja perusahaan saat ini, semakin tinggi nilai perusahaan semakin baik bagi perusahaan dimata investor. Kemakmuran pemegang saham perusahaan akan ditunjukkan oleh nilai perusahaan. Jika nilai perusahaan tinggi, maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi, begitu pula sebaliknya. Selain itu, keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola bisnis juga dapat diukur dari nilai perusahaan. Perusahaan akan dapat memaksimalkan keuntungan jika mampu mengelola sumber dayanya secara efektif. Dalam penelitian ini, indikator nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV). PBV adalah salah satu faktor yang dipertimbangkan investor saat memilih saham untuk dibeli. Nilai $PBV > 1$ menggambarkan perusahaan yang sukses atau baik, menunjukkan bahwa nilai pasar saham melebihi nilai bukunya. Investor akan percaya dengan prospek perusahaan ke depan jika nilai PBV-nya tinggi. Karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan harga pasar saham yang semakin tinggi, ini juga yang

diinginkan oleh pemilik perusahaan. Berikut ini rata-rata PBV perusahaan sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2021:



Gambar 1.1 Rata-Rata PBV perusahaan sektor barang konsumsi tahun 2016-2021

Sumber: www.idx.co.id data diolah

Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat rata-rata PBV sektor barang konsumsi tahun 2016-2021. Rata-rata PBV sektor barang konsumsi pada tahun 2016 adalah 5,757. Mengalami peningkatan tahun 2017 menjadi 6,169. Selanjutnya untuk tahun 2018 terjadi penurunan yaitu 4,777. Tahun 2019 mengalami peningkatan yaitu 4,844. Selanjutnya tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan sebesar 4,327 dan 4,117. Hal ini memperlihatkan bahwa rata-rata nilai PBV sektor barang konsumsi (*consumer goods*) lebih dari satu. Artinya, perusahaan sektor barang konsumsi (*consumer goods*) memiliki harga saham yang lebih tinggi dari nilai bukunya sehingga dapat dianggap cukup baik untuk menarik minat investor berinvestasi di perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang dimiliki perusahaan, semakin banyak dana yang dapat digunakan untuk aktivitas yang

dapat meningkatkan laba dan menggunakan dana tersebut untuk mengembangkan bisnis.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Calon investor dapat menggunakan struktur modal sebagai dasar berinvestasi di perusahaan karena menggambarkan tingkat risiko, tingkat pengembalian (*return*), dan pendapatan (*income*) yang akan diterima. Struktur modal juga menggambarkan total utang, total aset, dan modal sendiri oleh perusahaan. “Struktur modal yang baik sangat dibutuhkan untuk membangun perusahaan” Menurut (Makkulau et al., 2018:68). Hal ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan langkah utama yang perlu mereka ambil untuk meningkatkan kemajuan mereka. Dalam penelitian ini, indikator struktur modal adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio hutang dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio *Debt To Equity Ratio* (DER) berarti modal sendiri semakin sedikit dibanding dengan hutangnya. *Debt To Equity Ratio* (DER) dipilih karena dari rasio ini dapat diketahui besarnya bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang digunakan sebagai jaminan hutang. Sehingga semakin tinggi nilainya akan semakin berisiko pada investor, dikarenakan perusahaan akan lebih mendahulukan membayar hutang dari pada membagikan dividen. Kajian teori ini diperkuat oleh penelitian terdahulu dari Fernandes Moniaga (2013), Rai Prastuti & Merta Sudiartha (2016), Utami et al., (2017), dan Yanti & Darmayanti (2019) yang mengungkapkan bahwa terdapat

pengaruh antara struktur modal dengan nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena rasio hutang pada struktur modal yang semakin rendah dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sebelum menentukan keputusan untuk berinvestasi ke suatu perusahaan, investor juga harus menganalisis kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit atas pengembangan usahanya, salah satu rasionya yaitu profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery, 2015:226). Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur pada tingkat penjualan, aktiva, dan modal saham tertentu perusahaan bisa mendapatkan profit (Hanafi, 2016:42). Dalam penelitian ini, indikator profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE). *Return On Equity* (ROE) merupakan kemampuan rasio untuk mengukur besaran laba bersih sesudah dikurangi pajak dengan ekuitas. *Return On Equity* (ROE) dipilih karena dari rasio ini dapat menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba. Semakin tinggi nilai *Return On Equity* (ROE) semakin besar jumlah pengembalian investasinya. Kajian teori ini diperkuat oleh penelitian terdahulu dari Wahyuningtyas & Syaiful (2022), Yanti & Darmayanti (2019), dan Utomo & Christy (2017) yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena semakin besar profitabilitas yang diperoleh perusahaan akan semakin besar mendukung peningkatan nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan merupakan faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dibedakan menjadi perusahaan berskala besar dan perusahaan berskala kecil. Profitabilitas usaha skala kecil cenderung lebih rendah dibandingkan dengan usaha skala besar. Hal ini karena memproduksi barang memerlukan sedikit faktor pendukung bagi usaha kecil. Fakta bahwa usaha kecil masih terbatas dalam kemampuan mereka untuk mendapatkan pembiayaan eksternal berkontribusi pada pembatasan produksi produk. Investor akan lebih cenderung mempercayai bisnis besar. Investor akan lebih cenderung berinvestasi pada usaha yang mampu memperoleh pembiayaan dengan mudah. Kajian teori ini diperkuat oleh penelitian terdahulu dari Wahyuningtyas & Syaiful (2022), Yanti & Darmayanti (2019), dan Akbar & Irham (2020) yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan tersebut juga semakin besar.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan, teori, dan penelitian terdahulu maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021)”.

1.2. Batasan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan, agar permasalahan yang dibahas dalam penelitian tidak terlalu luas ditetapkanlah batasan masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus pada pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021).
- b. Variabel-variabel penelitian ini adalah struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan.
- c. Struktur modal dengan indikatornya *Debt To Equity Ratio* (DER), profitabilitas dengan indikatornya *Return on Equity* (ROE), dan nilai perusahaan dengan indikatornya *Price Book Value* (PBV).
- d. Data penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan sektor *consumer goods* dengan periode 2016-2021.

1.3. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- c. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan dapat diketahui arah yang ingin dituju dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

- c. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti

Memperdalam teori-teori dan mengaplikasikannya dalam bentuk praktek, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Akuntansi pada perguruan tinggi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

- 2) Bagi peneliti selanjutnya

Menambah wawasan peneliti mengenai nilai perusahaan yang selanjutnya dapat dijadikan referensi penelitian sejenis.