

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka pendek seperti mampu memaksimalkan laba perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki maupun, tujuan jangka panjangnya seperti mensejahterakan pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Nilai perusahaan merupakan konsep penting dalam perusahaan terutama bagi investor karena merupakan indikator pasar untuk menilai perusahaan tersebut. Investor dapat menilai perusahaan dengan melihat harga saham perusahaan (Kurniawan dkk, 2019). Nilai perusahaan menunjukkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor dan berdampak pada keinginan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan (Kusna & Setijani, 2018).

Semakin baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya. Setiap perusahaan yang telah *go public* menginginkan harga saham yang dijual memiliki potensi harga yang tinggi sehingga menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut (Bintara, 2018). Harga saham perusahaan adalah harga yang terbentuk dari penawaran dan permintaan saham di pasar bursa efek. Semakin tinggi harga saham dapat mencerminkan semakin tinggi

pula nilai perusahaan tersebut. Peningkatan nilai perusahaan juga memberikan peningkatan pada kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Bintara, 2018).

Kemakmuran pemegang saham dapat tercermin dari keuntungan yang diperoleh dari per lembar saham yang diinvestasikannya. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham. Nilai perusahaan direpresentasikan dengan nilai pasar dari saham. Artinya, tingginya nilai pasar dari saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya (Puspitaningtyas, 2017). Perusahaan perlu mempertimbangkan kembali pentingnya nilai perusahaan untuk keberlangsungan hidup perusahaan. karna investor akan melakukan penilaian saham perusahaan terlebih dahulu sebelum investor memutuskan untuk membeli saham tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa harga saham mampu menjadi indikator dari nilai perusahaan (Pratiwi & Amanah, 2017).

Pergerakan harga saham dapat mengalami kenaikan atau penurunan setiap detiknya. Naik turunnya harga saham dapat dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal yaitu adanya pengumuman pendanaan yang berhubungan antara hutang dengan ekuitas, sedangkan faktor eksternal meliputi tingkat suku bunga, terjadinya inflasi dan gejolak politik dalam negeri terkait dengan nilai tukar (Rahma & Yahya, 2021).

Pada awal tahun 2020 seluruh penjuru dunia dihebohkan oleh kehadiran penyakit baru bernama *Coronavirus Disease-2019* (Covid-19). Penyakit ini disebabkan oleh jenis virus korona yang baru ditemukan (World Health Organization., n.d.). Sehubungan dengan rekomendasi dari WHO tersebut, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) diberlakukan di Indonesia melalui penetapan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 pada tanggal 31 Maret 2020. Penerapan PSBB salah satunya berdampak kepada operasional perusahaan karena menyebabkan penurunan, bahkan pemberhentian, aktivitas ekonomi perusahaan selama pandemi (Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, 2020).

Seiring dengan terjadinya wabah pandemi Covid-19 yang menyebar ke seluruh dunia mampu mempengaruhi harga saham pada pasar saham. Hal ini menyebabkan harga di pasar saham menurun. BI dan menteri keuangan berpandangan bahwa masa depan ekonomi indonesia juga suram, dimana pertumbuhan ekonomi tertekan sampai -5,32% pada tahun 2020, kebijakan pemerintah untuk menerapkan *social distancing*, *work from home* dan kebijakan PSBB akibat pandemi Covid-19 juga berdampak pada melemahnya indeks harga saham gabungan (IHSG) dan juga beberapa perusahaan mengalami kerugian (Hanoatubun, 2020)

Indeks saham sektor *consumer non-cyclicals* atau sektor barang konsumen primer menjadi indeks sektoral dengan penurunan terdalam sejak awal tahun 2021. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks sektor *consumer non-cyclicals* turun 15,63% secara *year to date* (ytd). Indeks ini berisi

saham-saham dari berbagai bidang usaha, seperti produsen rokok, CPO, kebutuhan pokok, makanan olahan, hingga produk kecantikan. Saham emiten produsen makanan dalam kemasan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) terkoreksi 13,05% ytd, kemudian kinerja saham induk usahanya yakni PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga melemah 8,76%, dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 12,92% (Kontan.co.id, 2021).

Namun setelah adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) darurat sejak tanggal 3-20 Juli 2021 khusus di Jawa dan Bali mendorong saham-saham di sektor kesehatan dan konsumen untuk melaju lebih kencang. Hal tersebut sudah nampak dari kembalinya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) ke level 6.000an pada perdagangan Kamis (1/7/2021). Kenaikan IHSG 0,34% ke 6.005,95 terutama ditopang oleh indeks sektoral kesehatan yang menguat 1,9%, diikuti indeks sektor *consumer non-cyclical* 1,8%, dan indeks sektor *consumer cyclical* 1,2% (Beritasatu.com, 2021).

Fenomena fluktuasi saham di tengah pandemi Covid-19 tentu akan mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* saat ini. Terlihat bahwa salah satu perusahaan tersebut mengalami penurunan harga saham di mana harga saham sering dikaitkan dengan nilai perusahaan (Rahma & Yahya, 2021). Nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, maka dari itu penting untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya adalah *leverage*, yaitu rasio yang menghitung besarnya dana yang disediakan kreditur untuk membiayai operasional perusahaan (Welly dkk, 2019). Selain *leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan ekuitas suatu perusahaan, apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan hutang yang lebih tinggi dibandingkan dengan ekuitasnya dianggap memiliki *leverage* yang tinggi dan dapat beresiko, sehingga investor akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Sari & Handayani, 2016). Sehingga total hutang yang besar akan memberikan dampak yang negatif pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013 dalam Utama & Lisa, 2018). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari & Priyadi (2016), Setiyowati dkk (2020), dan Nurwahyuni dkk (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian Utama & Lisa (2018), Jessica & Rasyid (2021) serta Dewi & Abundanti (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selain *leverage*, faktor kedua yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Perusahaan dengan profitabilitas yang baik, maka para *stakeholders* akan melihat sejauh mana perusahaan dapat

menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan, dengan baiknya kinerja perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Analisa, 2011 dalam Indrayani dkk, 2021). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sopiah & Suryono (2017), Tumangkeng & Mildawati (2018), Bintara (2018) dan Febrinita (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Kadafi (2020) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2019), Nathanael & Panggabean (2020) dan Bagaskara (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan (Bariyyah dkk 2019). Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Yanti & Darmayanti, 2019). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk (2019), Kurniawan dkk (2019), Rajagukguk dkk (2019) dan Isnaeni dkk (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suryandani (2018), Ramdhonah dkk (2019), Astuti & Yadnya (2019) dan Anggraini (2019)

yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain ketiga faktor diatas, *growth opportunity* juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Growth opportunity* merupakan pertumbuhan perusahaan yang bisa dilihat dari peningkatan aset atau peningkatan penjualan. Hal ini sangat baik bagi perusahaan yang akan menjadi peluang investasi bagi investor. Semakin meningkat aset dari satu periode ke periode selanjutnya menunjukkan kinerja perusahaan yang kian membaik. Jika hal ini terus menerus terjadi akan meningkatkan nilai perusahaan (Suryani 2016 dalam Setiyowati dkk, 2020). Hal ini sejalan dengan hasil Penelitian yang dilakukan oleh Kusna & Setijani (2018), Indasari & Yadnyana (2018), Oktavia & Fitria (2019), Lestari dkk (2019) dan Nurwahyuni dkk (2020) menyatakan bahwa *growth opportunity* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tasik (2020) dan Salsabilla & Rahmawati (2021) yang menyatakan bahwa *growth opportunity* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Pratiwi & Amanah (2017), Bintara (2018), Harahap (2019) *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Indriyani (2017) yang menguji variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Peneliti menambah variabel *leverage* dan *growth opportunity*. Alasan menambah *leverage* karena dapat membantu investor dalam menganalisis besarnya proporsi hutang terhadap modal sendiri sehingga dapat

memberikan petunjuk tentang kelayakan investasi saham pada perusahaan. Alasan menambahkan variabel *growth opportunity* karena peluang pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai analisis tercapainya kemakmuran pemegang saham.

Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu pada sampel penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan *food and beverage*, sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan sektor *consumer non cyclicals*. Dan perbedaan kedua yaitu periode penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan laporan keuangan tahunan periode 2011-2015, sedangkan penelitian ini menggunakan laporan keuangan triwulan periode 2020 - 2021. Dengan demikian peneliti akan melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan”. (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2020 - 2021).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah dari penelitian ini :

1. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap positif nilai perusahaan ?

C. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini hanya berfokus meneliti pengaruh variabel independen *leverage* (X1), profitabilitas (X2), ukuran perusahaan (X3), *growth opportunity* (X4) untuk mengetahui pengaruhnya terhadap dependen variabel nilai perusahaan (Y).
2. Data penelitian ini diambil dari laporan keuangan triwulan perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdapat www.idx.co.id dan website masing-masing perusahaan.
3. Sampel penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2020 - 2021.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
- b. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- c. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- d. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak seperti :

1. Bagi Investor

Memberikan bahan pertimbangan dalam mencari informasi pada perusahaan untuk berinvestasi dan memberikan masukan mengenai prospek perusahaan sebelum investor menginvestasikan modalnya pada perusahaan serta diharapkan dapat memberikan informasi dalam menilai aktivitas perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan terhadap variabel – variabel yang diteliti sebagai faktor – faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi bahan tambahan informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.

3. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris untuk dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya juga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan.

4. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu pengaruh *leverage*, profitabilitas, *growth opportunity* dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021.

