

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia dapat diukur oleh seberapa besar laju pertumbuhan industri yang ada di Indonesia. Ada banyak industri yang berkembang pesat dan menciptakan persaingan khususnya dalam sektor *consumer non-cyclicals*. Sektor *consumer non-cyclicals* digambarkan sebagai sektor yang produknya dekat dengan kehidupan sehari-hari. Perusahaan yang termasuk kedalam sektor *consumer non-cyclicals* memiliki sifat anti siklis. Perusahaan disektor ini tidak akan terganggu kinerjanya sekalipun perekonomian Indonesia sedang meningkat maupun menurun. Hal ini terjadi karena produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* merupakan produk utama kebutuhan manusia.

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek yaitu memaksimalkan laba. Apabila perusahaan memiliki prospek laba yang positif maka perusahaan juga memiliki kesempatan dalam memperoleh pendanaan investasi yang nantinya dapat digunakan untuk mengembangkan perusahaan sekaligus membiayai operasi perusahaan. Perusahaan dapat memperoleh pendanaan investasi melalui penjualan saham. Perusahaan yang telah *go publik* adalah perusahaan yang mampu menjual sahamnya di pasar saham yakni Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam hal ini harga saham yang terbentuk merupakan kesepakatan antara besarnya penawaran dan permintaan

yang terbentuk di pasar saham. Semakin tinggi harga saham yang ditawarkan di pasar akan mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi dan menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan dan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Rahayu & Sari, 2018). Dalam upaya tersebut maka diperlukan adanya suatu ukuran yang dapat menjadi pertimbangan bagi suatu perusahaan dikatakan layak atau tidak untuk mendapatkan tambahan dana, salah satunya yakni dengan mengukur seberapa besarkah nilai perusahaan yang melekat pada perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dapat tercermin melalui pencapaian kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dibuktikan dengan hasil laporan keuangan yang baik yang dihasilkan oleh perusahaan. Bagi pengguna laporan keuangan, nilai perusahaan tentunya akan sangat berguna untuk mencapai kepentingan mereka. Pada umumnya nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham yang stabil dan bahkan mengalami peningkatan di pasar saham. Setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan nilai perusahaan melalui pencapaian kinerja perusahaan yang dibuktikan dengan hasil laporan keuangan yang baik perusahaan. Bagi pengguna laporan keuangan, nilai perusahaan tentunya akan sangat berguna untuk mencapai kepentingan mereka. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin menarik investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan, hal ini mencerminkan bahwa perusahaan mampu menunjukkan kinerja yang baik kepada para investor untuk mempercayai dan menjadikan perusahaan tersebut sebagai alternatif investasi (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Terdapat beberapa faktor yang mampu menaikkan nilai perusahaan antara lain likuiditas, ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas (Nopianti & Suparno, 2021). Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yakni likuiditas (Putra & Sedana, 2019). Likuiditas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menghitung seberapa besarkah kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban atau hutang jangka pendeknya (Salmia, 2019). Likuiditas penting bagi kelangsungan suatu perusahaan karena kemampuan suatu perusahaan tercermin dari bagaimana perusahaan tersebut mampu memenuhi tanggung jawabnya, baik terhadap internal maupun terhadap eksternal (Alifia, 2019). Semakin baik tingkat likuiditas suatu perusahaan akan lebih mudah dalam menarik para investor dalam menanamkan sahamnya terhadap perusahaan (Salmia, 2019). hal ini terjadi karena apabila perusahaan memiliki likuiditas yang baik maka investor akan berasumsi bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Jika investor menanamkan saham pada perusahaan maka akan membuat harga saham di perusahaan naik dan apabila harga saham naik maka akan membuat nilai perusahaan baik dan meningkat (Salmia, 2019).

Beberapa hasil penelitian yang menguji mengenai pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan yakni terdapat pada penelitian Putra & Sedana (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan hal ini juga di ungkapkan dalam penelitian Oktaviarni et al., (2019). Sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian Alifia

(2019) mengatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan Veronica & Viriany (2020)

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan (Oktaviarni et al., 2019). Ukuran perusahaan merupakan ukuran terhadap perusahaan yang menyatakan bahwa seberapa besar kecilnya perusahaan tersebut yang dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara yakni dengan mengetahui nilai aktiva, harga pasar saham dan sebagainya (Fajartania, 2019). Pada umumnya perusahaan di klasifikasikan menjadi 3 bagian yakni perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil (Fajartania, 2019). Perusahaan yang memiliki ukuran besar dapat dikatakan memiliki kemudahan dalam memperoleh dana melalui pasar modal artinya semakin besar perusahaan tersebut semakin meyakinkan investor dalam menanamkan sahamnya (Lumoly et al., 2018). Perusahaan yang besar diyakini memiliki kekuatan yang lebih dalam mengontrol pangsa pasar (*greater control*) yang mana mengisyaratkan bahwa perusahaan besar memiliki daya saing yang lebih dibandingkan perusahaan pesaing yang berada pada ukuran menengah maupun kecil sehingga perusahaan besar mampu menghadapi persaingan terhadap kondisi pasar (Yanda, 2018) Selain itu semakin besar suatu perusahaan maka akan memiliki akses dalam memperoleh pendanaan baik dari internal maupun eksternal (Christy et al., 2018). Apabila semakin banyak pendanaan yang masuk kedalam perusahaan maka akan semakin mudah dalam mengembangkan perusahaan yang nantinya akan menarik

kepercayaan investor dalam melakukan pendanaan terhadap perusahaan (Hertina et al., 2019).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yakni pada penelitian Alifia (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan demikian pula yang terdapat pada penelitian Oktaviarni et al (2019). Namun terdapat perbedaan hasil pada penelitian Christy et al (2018), Hertina et al (2019), Lumoly et al., (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yakni struktur modal (Veronica & Viriany, 2020). Struktur modal merupakan proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari modal milik sendiri dan modal asing (Adita & Mawardi, 2018). Modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan seperti hutang yang diperoleh baik jangka panjang maupun jangka pendek, sedangkan modal milik sendiri merupakan modal yang diperoleh dari pihak internal perusahaan seperti laba ditahan, modal saham dan dana cadangan (Oktrima, 2017). Dalam memaksimalkan nilai perusahaan, perusahaan perlu mengoptimalkan besarnya struktur modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Adita & Mawardi, 2018). Struktur modal yang optimal dapat dilakukan dengan mengatur keseimbangan antara resiko dan tingkat pengembalian dana sehingga hal ini akan membuat harga saham perusahaan stabil dan bahkan meningkat (Markonah et al., 2020).

Struktur modal dapat dihitung dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER adalah rasio yang dapat digunakan perusahaan untuk mengukur perbandingan antara tingkat hutang perusahaan yang digunakan untuk operasional perusahaan dengan modal atau ekuitas yang dimiliki perusahaan (Oktrima, 2017). Rasio ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah perusahaan sanggup dalam melunasi hutang jangka pendeknya.

Semakin besar nilai DER suatu perusahaan akan membuat perusahaan tersebut memiliki resiko yang besar untuk dapat mengembalikan hutangnya (Adita & Mawardi, 2018). Oleh karena itu rasio ini banyak digunakan investor untuk mengetahui seberapa besar kesanggupan perusahaan dalam melunasi hutangnya. Investor beranggapan bahwa perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik adalah perusahaan yang sanggup mengimbangkan antara jumlah hutang dengan modal yang terdapat pada perusahaan sehingga semakin baik nilai perusahaan tersebut juga akan membuat harga saham perusahaan berada pada nilai yang stabil bahkan naik (Lumoly et al., 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Veronica & Viriany (2020) dan Christy et al (2018) mengatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal serupa juga dikatakan dalam penelitian Fajartania (2019). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Widyantari & Yadnya (2017) dan pada penelitian Oktrima (2017) mengatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas (Oktaviarni et al., 2019). Profitabilitas digunakan untuk

mengukur kinerja suatu perusahaan. Apabila perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik maka perusahaan akan semakin memiliki kepercayaan yang tinggi dalam menyampaikan informasi kepada para investor yang nantinya mampu menarik mereka untuk dapat menilai perusahaan tersebut memiliki prospek laba yang baik (Sugiyanto & Setiawan, 2019). Apabila perusahaan memiliki laba yang baik maka mencerminkan perusahaan memiliki profit yang tinggi. Profit yang tinggi akan memicu para pemegang saham dalam menaikkan permintaan saham. Saat permintaan saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat (Lubis et al., 2017). Namun profitabilitas yang cenderung tinggi juga dapat menjadi kelemahan bagi perusahaan karena semakin besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan mengakibatkan timbulnya kenaikan biaya-biaya operasional yang harus dibiayai (Lubis et al., 2017).

Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Asset* (ROA) (Kurniasari & Wahyuati, 2017). Rasio ini digunakan untuk menghitung seberapa besar perusahaan mampu menghasilkan laba bersih dalam satu periode dengan memaksimalkan penggunaan aset yang dimiliki oleh perusahaan (Veronica & Viriany, 2020). Semakin besar nilai ROA suatu perusahaan maka menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi (Yanti & Darmayanti, 2019). Pertumbuhan ROA mengindikasikan adanya prospek perusahaan yang baik dimata investor karena investor akan menganggap bahwa adanya kemungkinan mereka memperoleh mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Hal ini akan berdampak terhadap meningkatnya

permintaan saham pada perusahaan tersebut. Meningkatnya permintaan saham perusahaan akan membuat nilai perusahaan semakin meningkat.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rudangga & Sudiarta (2016), Widyantari & Yadnya (2017) dan Oktaviarni et al., (2019) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Oktrima (2017) serta Ristanti & Triyonowati (2021) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian mengenai nilai perusahaan menghasilkan penelitian yang berbeda-beda dan terjadi ketidakkonsistenan terhadap variabel x dan variabel yang dipengaruhi yakni variabel y. Berdasarkan adanya perbedaan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai nilai perusahaan. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam kembali mengenai nilai perusahaan agar dapat diperoleh generalisasi yang lebih mendalam mengenai nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Nopianti & Suparno (2021) yang berjudul “Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)“. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah penelitian ini menggunakan sampel penelitian perusahaan *consumer non-cyclicals* pada tahun 2017-2020, sedangkan pada penelitian Nopianti & Suparno (2021) menggunakan sampel penelitian perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2014-2018. Selain itu, terdapat penambahan variabel x berupa likuiditas

dan struktur modal sesuai dengan saran yang diberikan oleh peneliti terdahulu. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena pada penelitian-penelitian sebelumnya terdapat ketidakkonsistenan terhadap variabel-variabel tersebut.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian yakni:

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

## **C. Pembatasan Masalah**

Melihat banyaknya cakupan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini maka perlu dibuat adanya batasan masalah agar peneliti dapat lebih memfokuskan penelitian terhadap permasalahan yang ada. Pada penelitian ini hanya akan di singgung mengenai variabel nilai perusahaan, likuiditas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas dalam perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2016-2020.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menguji pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan
4. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa mendatang. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tambahan terhadap keilmuan di bidang akuntansi keuangan.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan-keputusan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang telah diuji, selain itu diharapkan dapat dijadikan masukan oleh perusahaan baik bagi

pemilik perusahaan maupun oleh manajer keuangan terkait keputusan yang berkaitan dengan keuangan perusahaan sehingga secara langsung akan memberikan pengaruh positif terhadap nilai suatu perusahaan.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan oleh para investor dalam menginvestasikan dana yang mereka miliki supaya lebih tepat dalam melakukan keputusan berinvestasi.

