

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, dalam tujuan jangka panjang seperti mampu memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki maupun, untuk jangka panjang yaitu mensejahterakan investor dan meningkatkan nilai dalam perusahaan berdasarkan harga saham (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Nilai perusahaan menjadi sorotan pihak terutama seluruh lapisan masyarakat. Nilai perusahaan digunakan sebagai alat untuk memengaruhi opini investor bagi perusahaan, karena nilai perusahaan dipandang mampu memberikan uraian situasi perusahaan yang sebenarnya (Nugraha dan Alfari, 2020). Harga saham yang cenderung stabil dan selalu meningkat dapat dilihat dengan nilai sahamnya apabila semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham (Lestari dan Yuniati, 2018).

Memaksimalkan nilai perusahaan yang dievaluasi lebih cocok sebagai tujuan perusahaan karena meningkatkan nilai perusahaan ditujukan untuk memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan pemegang saham masa depan (Rahayu dan Sari, 2018). Investor tentu saja tidak sembarangan memilih perusahaan untuk berinvestasi. Karena nilai perusahaan menjadi pertimbangan investor menanamkan modalnya maka setiap perusahaan perlu meningkatkan nilai perusahaan (Bintara, 2018).

Nilai perusahaan adalah indikator kinerja keuangan perusahaan yang *go public*. Perusahaan yang sudah *go public* adalah perusahaan yang sudah terdaftar yang di BEI, yaitu untuk menghasilkan laba guna meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan yang mana dapat menggambarkan keadaan perusahaan (Awulle et al, 2021). Jika perusahaan tersebut sudah *go public* tentu akan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menarik minat para pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pemegang saham untuk melakukan investasi karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja dari suatu perusahaan. (Gultom dan Wijaya, 2014).

Perusahaan yang telah *go public* menjual harga sahamnya dengan harga yang tinggi kepada investor untuk menarik minatnya agar menginvestasikan dananya kepada perusahaan (Bintara, 2018). Harga saham perusahaan disepakati antara penjual dengan pembeli berdasarkan pasar bursa efek. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham (Lestari dan Yuniati, 2018).

Indeks saham sektor *consumer non-cyclicals* digunakan sebagai indeks sektoral yang mengalami penurunan terdalam pada awal tahun 2021. Pada data yang di kutip dari Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks tersebut turun sebesar 15,63% secara *year to date* (ytd). Dalam indeks tersebut terdapat beberapa saham bidang usaha, misalnya produsen rokok, kebutuhan pokok,

CPO, hingga produk kecantikan. Saham emiten produsen makanan dalam kemasan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) terkoreksi 13,05% ytd, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga melemah 8,76%, dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 12,92% (Kontan.co.id 2021).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan semaksimal mungkin dari total asset, modal dan penjualan. Profitabilitas mempunyai arti penting didalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, dengan profitabilitas yang tinggi maka kelangsungan hidup perusahaan juga akan lebih terjamin (Jayanti, 2018). Rasio tersebut akan menjadi tolak ukur perusahaan dalam keberhasilan manajemen, karena profitabilitas menghitung perimbangan pendapatan dan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (Sutama dan Lisa, 2018).

Jika profitabilitas suatu perusahaan baik, para *stakeholders* dapat mempertimbangkan karena perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan (Chumaidah dan Priyadi, 2018). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviarni et al. (2019), Sutama dan Lisa (2018), Chumaidah dan Priyadi (2018), Samosir (2017), Yulipratama dan Mardani (2017), Nanda Sari et al. (2021), Hertina et al. (2019), Kurniawan dan Ardiansyah (2020), Lubis et al. (2017), Suidani dan Darmayanti (2016), Permana dan Rahyuda (2019), Budi dan Putu (2019),

Dewi dan Sudiarta (2017), Suryani Ulan Dewi dan Sudiarta (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda Kadafi (2020), dan Apriliyanti, Hermi, dan Herawaty (2019), dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yaitu likuiditas adalah gambaran mengenai kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya. Apabila dana dapat mencukupi biaya operasi dan investasimaka semakin tinggi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Permana dan Rahyuda (2019). Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Budi dan Putu (2019), Suryani Ulan Dewi dan Sudiarta (2019), Putra dan Dana (2016), Sudiani dan Darmayanti (2016), Lubis et al. (2017), Kurniawan dan Ardiansyah (2020). Sedangkan menurut (Alifia 2019), dan (Veronica dan Viriany, 2020) mengatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Menurut Oktrima (2017), Oktaviarni dkk. (2019) dan Jayanti (2018) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan adalah solvabilitas, yaitu rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal. Semakin besar tingkat solvabilitas perusahaan maka semakin besar hutang yang digunakan dan semakin besar risiko bisnis yang dihadapi perusahaan ketika perekonomiannya memburuk yang diukur melalui *Debt to Equity Ratio* (DER) (Harahap 2013) dalam jurnal (Herdyanti

et al, 2021). Solvabilitas digunakan untuk mempertimbangkan investasi yang digunakan investor karena dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memberikan pengembalian kepada investor. Solvabilitas adalah angka yang digunakan untuk mengukur dana yang tersedia untuk kreditur, maka angka yang digunakan untuk perimbangan untuk menahan semua hutang dari total aset perusahaan, individu akan memahami jumlah perusahaan dari aset tinggi yang dimiliki dan risiko solvabilitas perusahaan. Ini akan digunakan oleh individu untuk pengambilan keputusan untuk melihat suatu perusahaan tersebut (Kurniawati et al, 2018).

Hasil penelitian oleh Setiyowati, Naser, dan Astuti (2020), Nurminda, Isynuwardhana, and Nurbaiti (2017) dan Nurwahyuni et al. (2020) menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Budi dan Putu (2019) dan Nugraha dan Alfarisi (2020) menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Novari & Lestari (2020), Oktaviarni dkk (2019) dan Bagaskara dkk, (2021) menyatakan bahwa solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor terakhir yaitu ukuran perusahaan, merupakan skala yang digunakan dalam mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan aset, modal dan hasil penjualan hal tersebut akan menunjukkan kondisi suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh terhadap perolehan dana dari investor (Akbar dan Irham Fahmi, 2020).

Hal ini didukung penelitian Budi dan Putu (2019), Suryani Ulan Dewi dan Sudiarta (2019), Simamora et al. (2021), Kurniawan dan Ardiansyah (2020), Hertina et al. (2019), Nanda Sari et al. (2021), Yulipratama dan Mardani (2017), Chumaidah dan Priyadi (2018), Nurmindia et al. (2017), Budi dan Putu (2019) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Suryandani (2018), Ramdhonah dkk (2019), Astuti dan Yadnya (2019), Anggraini (2019), Indriyani (2017), Christy et al. (2018), dan Hertina et al. (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dan menurut Mawei & Joy (2019) dan Dahar dkk (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang merujuk kepada penelitian Kurniawan dan Ardiansyah (2020) yang menguji tentang Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di PT Bursa Efek Indonesia Periode 2015 – 2017). Terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang sebelumnya, yang pertama yaitu terletak pada periode waktu yang diteliti.

Pada penelitian ini menggunakan tahun 2017-2021, sedangkan pada penelitian sebelumnya adalah periode 2015-2017. Alasan menggunakan periode 2017-2021 karena pada periode tersebut perusahaan sektor barang konsumen primer berkinerja menurun dibandingkan dengan sektor barang

konsumen non-primer yang dikutip dari [www.konta.co.id](http://www.konta.co.id). Hal tersebut tercermin dari data Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatat, sektor barang konsumen primer yang melemah 7,43% secara *year to date* (ytd). Sementara sektor barang konsumen non-primer menguat 13,11% ytd (Intan, 2021).

Perbedaan yang terakhir adalah sampel, dimana pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan dalam penelitian ini menggunakan sampel perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI. Alasan menggunakan perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* adalah perusahaan tersebut memproduksi barang atau jasa yang selalu diminati dan dibutuhkan oleh konsumen. Pertumbuhan yang stabil dan tidak melonjak tinggi serta menjadi saham yang diincar di masa resesi (kondisi penurunan produk domestik bruto) karena meski di masa kondisi ekonomi yang sedang turun, saham jenis ini tetap tumbuh bahkan ada yang naik berlipat-lipat. Untuk investor tipe aman atau pemula, saham jenis ini cocok untuk investasi jangka panjang karena pendapatan dan laba yang cenderung lebih stabil. Industri yang masuk dalam kategori ini adalah minuman, ritel makanan dan kebutuhan pokok, tembakau dan produk rumah tangga. Contoh saham *consumer non-cyclicals* yaitu PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), PT Ultra Jaya Milk Industri dan Tradig Company Tbk (ULTJ), dan lain lain.

Berdasarkan latar belakang penulis tertarik untuk meneliti variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan berjudul, **“Pengaruh Profitabilitas,**

**Likuiditas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”** Studi Kasus pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Solvabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?

## **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah diperlukan dalam penelitian ini agar peneliti dapat memfokuskan penelitian terhadap permasalahan yang ada. Pada penelitian ini hanya akan di singgung mengenai variabel nilai perusahaan, profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan dalam perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendapatkan bukti empiris profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mendapatkan bukti empiris likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mendapatkan bukti empiris solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
4. Untuk mendapatkan bukti empiris ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat teoritis**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tambahan terhadap keilmuan di bidang akuntansi keuangan..

### **b. Manfaat praktis**

#### **1) Bagi perusahaan**

Sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan 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.

2) Bagi investor

Dapat dijadikan sebagai pertimbangan oleh investor dalam menginvestasikan dana yang mereka miliki supaya lebih tepat dalam melakukan keputusan berinvestasi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya mengenai faktor yang mempengaruhi terjadinya pembagian nilai perusahaan di perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.

