

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan dunia yang tidak bisa diprediksi. Seiring dengan berjalannya waktu kegiatan bisnis akan senantiasa mengalami perkembangan. Persaingan antar perusahaan semakin ketat karena disebabkan semakin banyak perusahaan (Pamungkas dkk, 2020). Semakin kuatnya persaingan antar perusahaan membuat manajemen untuk memperlihatkan hal yang bagus dari bisnis yang dikelolanya. Para investor sebelum membuat keputusan untuk menanamkan modalnya di sebuah perusahaan, maka salah satu yang menjadi pedomannya adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan menunjukkan bagaimana kinerja sebuah perusahaan dalam mengelola bisnisnya yang akan berdampak terhadap penilaian investor mengenai perusahaan, dengan hal tersebut nilai perusahaan sangat penting (Susanti dkk, 2018).

Perkembangan perekonomian dunia telah menciptakan suatu persaingan yang sangat ketat. Menurut Alda (2020) adanya persaingan antara perusahaan menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar tujuan dapat tercapai. Perusahaan yang mampu bersaing dan unggul tentunya harus memiliki kinerja yang baik agar perusahaan tersebut dapat mempertahankan eksistensinya. Perusahaan dapat mencerminkan kinerjanya melalui nilai perusahaan. Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan tersebut telah melaksanakan dan

menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2018). Kinerja keuangan bisa dijadikan sebagai ukuran dalam menentukan nilai perusahaan, semakin tinggi kinerja keuangan dari sebuah perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan, sebaliknya semakin buruk kinerja keuangan perusahaan maka nilai perusahaan semakin buruk (Jihadi dkk, 2019).

Wijaya (2014) menyatakan bahwa besarnya nilai dari sebuah perusahaan dapat ditentukan dari harga saham yang stabil dan yang mengalami peningkatan dalam jangka panjang. Harga saham yang semakin tinggi maka menunjukkan nilai perusahaan semakin tinggi juga. Pada tahun 2021 saham-saham dalam sektor *consumer non-cyclicals* (barang konsumen primer) berkinerja melemah dibanding indeks *consumer cyclicals* (barang konsumen non-primer). Hal ini tercermin dari data Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatat sektor barang konsumen primer yang melemah sebesar 7,43% secara *year to date* (ytd). Adapun sektor barang konsumen non-primer menguat 13,11% ytd. Akan tetapi, terdapat penguatan pada saham-saham *big caps* (perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar yang besar diatas 10 triliun) terjadi dalam beberapa waktu terakhir. Meskipun hal tersebut belum dapat mengangkat kinerja sektor barang konsumen primer dari zona merahnya. Diantara saham *big caps* yang tercatat dalam sektor ini ada UNVR dan HMSP. Pergerakan saham UNVR melorot 30,95% ytd, sementara HMSP menurun 23,26% ytd. (Kontan.co.id).

Sektor barang konsumen primer lebih banyak ditempati oleh saham-saham dengan karakteristik *defensive*. Artinya tidak terlalu banyak sentimen yang mampu mempengaruhi pergerakan harga saham-sahamnya. Begitu juga dengan daya beli masyarakat masih kurang kuat jika berkaca dari data inflasi terakhir. Hal ini menjadi tekanan terhadap saham-saham *consumer staples* dalam sektor ini, seperti UNVR, ICBP, INDF, MYOR. Berbeda dengan sektor barang konsumen primer, saham-saham sektor barang konsumen non-primer cenderung lebih sensitif terhadap sentimen-sentimen yang ada di pasar. Adanya pemulihan ekonomi dan pelonggaran pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM), mempunyai dampak kepada saham di sektor ini, khususnya saham-saham ritel, sehingga dengan melihat keadaan tersebut mendorong investor untuk mengincar pertumbuhan saham-saham dalam sektor barang konsumen non-primer. (Kontan.co.id).

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, diantaranya adalah struktur modal, profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Struktur modal adalah sebuah variabel untuk membandingkan total utang dengan modal sendiri sendiri (Irawati dkk, 2021). Pentingnya struktur modal dalam perusahaan karena struktur modal akan berdampak terhadap finansial sebuah perusahaan sehingga akan berdampak juga kepada nilai perusahaan. Teori struktur modal memberikan penjelasan strategi pendanaan (*financial policy*) dalam menetapkan struktur modal memiliki tujuan agar semakin optimalnya nilai perusahaan (Yanti & Darmayanti, 2019). Apabila

struktur modal diatur secara efektif dan efisien membuat kondisi keuangan perusahaan stabil dan kuat.

Struktur modal memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky dkk(2018), Ramdhonah dkk (2019) dan Natsir & Yusbardini (2020). Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadiwibowo & Sufiana (2022), Nafsah (2018), Irawati (2022) dan Ramadhani & Maryam (2018) yang menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Febrianti & Mufidah (2021), Yulianti dkk (2022) dan Irawan & Kusuma (2022) menjelaskan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh tinggi rendahnya profitabilitas sebuah perusahaan. Menurut Dewantari (2020) hasil bersih dari segala macam kebijaksanaan perusahaan disebut dengan profitabilitas. Profitabilitas diartikan juga sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari penjualan barang atau jasa. Profitabilitas perusahaan diukur dari keuntungan yang diperoleh ketika mengelola sebuah bisnis. Jika banyak keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan, maka artinya kinerja perusahaan sangat baik sehingga akan mendapatkan tanggapan yang baik dari investor untuk menanamkan modal sehingga dengan hal tersebut meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Profitabilitas tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan menunjukkan perusahaan tersebut bagus dalam mengatur aset untuk mendapatkan laba setiap periodenya (Dewantari dkk 2020).

Pada penelitian Suwardika & Mustanda (2017), Indriyani dkk (2021), Callista & Wi (2022) dan Ramadhani & Maryam (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2021), Rukmawanti dkk (2019), Ilyas & Hertati (2022) dan Pratama & Wiksuana (2018) menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda dari penelitian Utomo & Christy (2017), Ayem & Tia (2019) dan Bagaskara dkk (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lainnya yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* adalah suatu rasio yang menggambarkan kemampuan sebuah perusahaan dalam mengelola hutangnya sehingga dapat memperoleh keuntungan serta dapat melunasi kembali hutang tersebut. Saat perusahaan dapat mengoptimalkan hutangnya hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sumber dana dari hutang dapat digunakan untuk operasional kegiatan perusahaan agar memperoleh keuntungan yang dapat menjadikan nilai perusahaan menjadi bagus (Lamba & Atahau, 2022).

Pada penelitian Sari (2021), Suwardika & Mustanda (2017), dan Rudangga & Sudiarti (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Rahmadani & Rahayu (2017), Kolamban (2020) dan Hafidh & Priono (2022) menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Setyadi & Ishak (2020), Utomo & Christy (2017)

dan Bagaskara (2021) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lainnya yang dianggap mampu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan karena ukuran perusahaan yang besar akan memudahkan perusahaan untuk mendapatkan dana. Ukuran perusahaan adalah gambaran dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan dan ukuran dari sebuah perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berukuran besar dan perusahaan berukuran kecil. Perusahaan yang memiliki ukuran besar menunjukkan adanya kestabilan dan keseimbangan di dalam perusahaan tersebut. Adanya keseimbangan dan kestabilan perusahaan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan berupa tingginya respon dari para investor serta pencapaian nilai perusahaan yang optimal dimana hal tersebut turut memberikan dampak terhadap harga saham yang mempengaruhi nilai perusahaan (Efendi & Idayati, 2022).

Hasil dari penelitian Kolamban (2020), Dang dkk (2020), dan Nandita & Kusumawati (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan secara positif. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Ramdhonah et al., (2019), Rukmawanti (2019), Kusumaningrum dkk (2022) dan Pradanimas & Sucipto (2022) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019), Hermuningsih & Maulida

(2022) dan Randi dkk (2022) yang menyatakan bahwa ukuran dari sebuah perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini penting dilakukan karena hasil-hasil dari penelitian sebelumnya masih didapatkan hasil-hasil yang tidak konsisten antara variabel struktur modal, profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dikarenakan terdapat data riset yang berbeda, maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut agar dapat dilakukan generalisasi hasil riset. Penelitian ini mengembangkan penelitian yang berjudul “pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang diteliti oleh Utama & Lisa (2018) pada sektor manufaktur *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu yang pertama dalam penelitian ini menambahkan dua variabel x yaitu struktur modal dan ukuran perusahaan. Perbedaan yang kedua penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sampel penelitian. Sampel penelitian terdahulu memakai sektor perusahaan *food & beverage* dengan periode penelitian 2012-2016, sedangkan penelitian ini menggunakan sektor perusahaan *consumer non cyclical* dengan periode 2019-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka ditemukan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah struktur modal memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

3. Apakah *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

C. Batasan Masalah

Dalam rangka membatasi ruang lingkup penelitian, maka disusun batasan masalah agar penelitian ini dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Berikut adalah pembatasan masalah dalam penelitian ini.

1. Penelitian ini hanya fokus dalam ruang lingkup struktur modal, profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan dalam mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Penelitian ini mengambil data dari laporan tahunan perusahaan *consumer non cyclical* yang terdaftar di website BEI (<https://www.idx.co.id>) dan website resmi perusahaan.
3. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan *consumer non cyclical* dari tahun 2019-2021.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh positif struktur modal terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Menganalisis pengaruh positif *leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Menganalisis pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi penelitian

Hasil penelitian ini secara teoritis dapat menjadi salah satu referensi bagi kalangan akademis terutama dibidang akuntansi khususnya terkait dengan variabel yang diteliti.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan informasi dalam hal pengungkapan laporan tahunan sehingga dengan itu kinerja perusahaan akan semakin baik.

3. Bagi investor

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber informasi untuk mengambil keputusan dalam investasi sehingga investor dapat mengambil keputusan secara efektif dan efisien.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebagai salah satu sumber referensi maupun acuan bagi mahasiswa maupun pembaca untuk melaksanakan penelitian diwaktu yang akan datang.