

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap kuat di tengah perlambatan ekonomi global. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan I 2023 tercatat sebesar 5,03%, sedikit meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya sebesar 5,01%. Pertumbuhan ekonomi 2023 diperkirakan tetap kuat pada batas atas kisaran 4,5-5,3%, didorong oleh perbaikan permintaan domestik dan tetap positifnya kinerja ekspor. Pertumbuhan ekonomi yang tetap kuat juga tercermin secara lapangan usaha. Secara Lapangan Usaha (LU), seluruh LU pada triwulan IV 2022 juga menunjukkan kinerja positif, terutama ditopang oleh industri pengolahan, perdagangan besar dan eceran, serta informasi dan komunikasi (Haryono, 2023).

Beriwisnu dan Priyadi (2017) menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari semakin banyak jenis usaha yang bermunculan seperti bidang jasa, manufaktur, maupun dagang yang saling bersaing untuk dapat bertahan dan menjadi yang terbaik. *Costumer Non-Cyclical* adalah sektor yang menciptakan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk barang *fundamental* atau primer. Perusahaan yang termasuk kedalam sektor *consumer non cyclical* adalah: minuman, ritel makanan dan kebutuhan barang pokok, tembakau dan juga produk rumah tangga. Hal ini memungkinkan untuk mengeksplorasi dinamika unik yang mungkin berbeda dari sektor lainnya

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Optimalisasi nilai perusahaan merupakan hal penting bagi seorang manajer maupun bagi seorang investor. Bagi seorang manajer nilai perusahaan merupakan suatu tolok ukur atas prestasi kerja yang dicapainya, sedangkan bagi investor peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan.

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan potensial yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa depan dan kapitalisasi pasar yang tinggi yang akan menarik investor untuk berinvestasi. Nilai perusahaan yang dibentuk oleh indikator nilai pasar saham dipengaruhi oleh peluang investasi, maka jika pertumbuhan perusahaan baik, lalu membuat investor semakin meresponnya secara positif untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, maka akan memberikan dampak yang positif pula bagi nilai perusahaan (Ramdhonah dkk., 2019).

Pencapaian nilai perusahaan yang baik sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu komite audit. Komite audit menjadi salah satu variabel untuk menganalisis manajemen laba karena keberadaan komite audit diasumsikan dapat memperkuat pengawasan terhadap pengendalian internal dan pelaporan laporan keuangan (Damayanti dkk., 2023). Komite audit mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam hal memelihara kredibilitas proses penyusunan laporan keuangan seperti halnya menjaga terciptanya sistem pengawasan perusahaan yang memadai serta dilaksanakannya *Good Corporate Governance*. Komite

audit berjalan fungsinya secara efektif, maka control terhadap perusahaan akan lebih baik (Mirnayanti & Rahmawati, 2022).

Susilowati dkk., (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa komite audit mempunyai pengaruh positif dengan nilai perusahaan, diartikan bahwa Jumlah komite audit yang bertambah dengan tanggung jawab yang jelas untuk mengawasi atas laporan keuangan, proporsi anggota luar yang tinggi, dengan demikian akan menarik investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Rasyid & Suwarno (2024) yang menunjukkan hasil komite audit berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Komite audit memiliki peranan penting dalam hal memelihara kredibilitas proses penyusunan laporan keuangan, hal ini sama halnya dengan menjaga terciptanya sistem pengawasan yang layak. Informasi yang disajikan oleh manajemen perusahaan dalam bentuk laporan keuangan yang nantinya akan dinilai oleh para investor, dengan membaca laporan tersebut maka perusahaan dengan laporan keuangan yang berkualitas baik mampu meningkatkan nilai perusahaannya (Nur & Amalia, 2020).

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muren & Pangaribuan (2023) dan penelitian Aditya & Djashan (2022) yang memberikan hasil bahwa komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Muntahanah dan Cahyo (2022) yang menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kurang maksimalnya komite audit

dalam menjalankan tugasnya membuat kualitas dari laporan keuangan yang dihasilkan kurang maksimal sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas sendiri akan diukur menggunakan ROA sebagai indikatornya. Rasio yang dikenal sebagai *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung laba bersih atau keuntungan yang dapat dihasilkan dari setiap rupiah dana yang termasuk dalam total aset. *Return On Assets* (ROA) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meraih keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimiliki. ROA memiliki tujuan adalah untuk menilai seberapa baik perusahaan menggunakan semua asetnya untuk menghasilkan laba atau keuntungan. *Return on asset* (ROA) juga digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian dana perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki oleh Perusahaan tersebut (Pratama dkk., 2024).

Hasil penelitian Ali dkk., (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang negatif, hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pengembalian aset (*Return On Assets*) dan nilai perusahaan berlawanan arah, artinya apabila ROA turun maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Begitupun sebaliknya, apabila ROA naik maka hal itu akan menjadikan nilai perusahaan turun. Berbeda dengan hasil penelitian Jaya (2020) profitabilitas (ROA) berpengaruh dengan arah positif terhadap nilai

Perusahaan. *Return on assets* yang besar memberikan indikasi bahwa prospek pertumbuhan Perusahaan sangat baik bahwa prospek pertumbuhan Perusahaan sangat baik sehingga dapat mempengaruhi calon investor dan investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham meningkat tentunya akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan Meidiyustiandi & Suryani (2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian Hidayat & Khotimah (2022) dan Penelitian Aditya & Djashan (2022) variabel profitabilitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel nilai perusahaan. Hasil penelitian Sari & Ayu (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ROE semakin tinggi juga nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi. Ukuran perusahaan menunjukkan adanya perbedaan risiko profitabilitas usaha perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata aktiva. Ukuran perusahaan pada dasarnya terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin baik teknologi dan sistem dalam perusahaan serta adanya kemudahan bagi manajemen

dalam menggunakan aktiva perusahaan akan mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan yang semakin besar menunjukkan kapasitas produksi perusahaan yang semakin besar sehingga semakin meningkatkan profitabilitas (Wati, 2019).

Hasil penelitian Jaya (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar belum tentu dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal karena perusahaan yang besar akan lebih berhati-hati dalam mengambil setiap kebijakannya, karena setiap informasi yang disampaikan akan berpengaruh terhadap respon pasar jika informasi yang disampaikan mengandung informasi yang keliru yang menyebabkan besar kecilnya ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi minat investor dalam menanamkan modalnya. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian Sari & Ayu (2019), Raksono & Wirjawan (2019) , dan Penelitian Maryni (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian Hidayat & Khotimah (2022) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adapun hasil penelitian Khutanto et al., (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor konsumsi di BEI.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Hidayat dan Khotimah (2022), namun memiliki beberapa perbedaan. Pada penelitian Hidayat dan Khotimah penelitian fokus pada profitabilitas dan ukuran perusahaan sedangkan peneliti

komite audit, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Objek penelitian pada sektor kimia yang terdaftar di bursa efek sedangkan peneliti *Costumer Non-Cyclical*. Peneliti ini mengambil variabel komite audit dikarenakan memiliki peran krusial dalam memastikan transparansi, akuntabilitas, dan kepatuhan dalam kegiatan perusahaan. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana kualitas komite audit dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui pengelolaan risiko dan pengawasan internal. Pengawasan internal oleh komite audit adalah salah satu fungsi utama yang mendukung tata kelola perusahaan seperti dalam memastikan integritas laporan keuangan, kepatuhan terhadap regulasi, dan efektivitas sistem pengendalian internal. Profitabilitas adalah faktor utama dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan dan kemampuannya untuk memberikan keuntungan bagi pemegang saham. Ukuran perusahaan, baik dari segi aset, penjualan, atau kapitalisasi pasar, dapat mempengaruhi cara perusahaan dioperasikan dan dikelola sehingga secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Komite Audit, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023?

2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah berfungsi sebagai alat untuk mencegah terjadinya penyimpangan dan pelebaran pembahasan pokok masalah, sehingga penelitian dapat memiliki tujuan dan arah yang terdefinisi dengan jelas. Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu ruang lingkup pembahasan hanya menyangkup komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menemukan bukti empiris komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023.
2. Untuk menemukan bukti empiris profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2120-2023.
3. Untuk menemukan bukti empiris ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Perusahaan Sektor *Costumer Non-Cyclical* Tahun 2021-2023.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan ilmu pengetahuan serta informasi yang lebih mendalam mengenai pengaruh komite audit, profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan serta sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi para pimpinan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.