

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis semakin meningkat dan semakin bersaing antar perusahaan. Dalam kondisi yang bersaing ini, setiap perusahaan harus dapat bertahan dengan membuat inovasi baru agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan untuk mencapai tujuannya. Perseroan bertujuan memaksimalkan keuntungan melalui sumber daya yang dimilikinya untuk jangka pendek. Namun, dalam jangka panjang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat mensejahterakan investor. Makin tingginya nilai perusahaan, memberikan gambaran bahwa operasi perusahaan berada pada kondisi stabil dan menjamin investor harapan positif diwaktu mendatang (Yovita et al., 2020). Pesatnya kemajuan dalam berbisnis membuat persaingan yang sempurna antara para pelaku bisnis. Tujuan pelaku usaha berupaya meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan para pemegang saham untuk perusahaan yang telah memasarkan sahamnya di publik.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Siagian et al., 2022). Sukarta Admaja (2020) nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukan

kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi. Nilai perusahaan bagi perusahaan yang sudah *go public* tercermin pada harga pasar saham perusahaan.

Menurut (Harjito *et al*, 2013) mengatakan nilai perusahaan sangat penting karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkat kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham perusahaan dan dapat membedakan kualitas perusahaan tersebut dengan perusahaan lain. Nilai perusahaan adalah suatu kondisi dimana perusahaan telah mencapai prestasi sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses selama beberapa tahun (Muchtar, 2021). Jika kinerja perusahaan baik, maka dapat dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik. Semakin besar nilai saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang besar merupakan keinginan pemilik perusahaan karena menunjukkan bahwa kesejahteraan pemegang saham juga tinggi, dan investor juga biasanya berinvestasi pada perusahaan dengan kinerja yang baik sehingga memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

Nilai perusahaan yang tinggi, tidak terlepas dari masifnya pertumbuhan industry di sektor tertentu. Salah stu industri yang cukup pesat perkembangannya selama kurun waktu 2020-2022 saat ini adalah industri manufaktur. Data Kemenperin menyebutkan, sektor industri pengolahan sempat tertekan hingga minus 2,52 persen, karena dampak pandemi Covid-19 pada 2020. Namun, pelaku usaha di sektor itu mampu lolos dengan memanfaatkan secara optimal berbagai kebijakan yang digelontorkan pemerintah untuk mengakselerasi pemulihan ekonomi nasional. Industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar atas

kenaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 7,07% pada triwulan II tahun 2021. Sektor ini merupakan sumber pertumbuhan tertinggi, yaitu sebesar 1,35%. Di periode ini, sektor manufaktur sendiri mencatatkan pertumbuhan sebesar 6,91% meskipun mengalami tekanan akibat pandemi Covid-19 (Kemenperin.go.id).

Meskipun mendapat tekanan akibat pandemi Covid-19 yang masuk ke Indonesia sejak 2020, sejumlah subsektor industri tumbuh sangat tinggi pada TW II-2021. Subsektor tersebut di antaranya industri alat angkutan sebesar 45,70%, diikuti industri logam dasar 18,03%, industri mesin dan perlengkapan 16,35%, industri karet barang dari karet dan plastik 11,72%, serta industri kimia, farmasi dan obat tradisional sebesar 9,15%. Sektor manufaktur juga memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada triwulan II -2021, yakni sebesar 17,34%. Lima besar kontributor PDB di periode ini adalah industri makanan dan minuman sebesar 6,66%, industri kimia, farmasi dan obat tradisional sebesar 1,96%, industri barang logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik sebesar 1,57%, industri alat angkutan 1,46%, serta industri tekstil dan pakaian jadi sebesar 1,05%. Seiring dengan harapan membaiknya kondisi global dan perekonomian nasional, Menperin memproyeksi, sektor industri manufaktur akan tumbuh sebesar 5,01 persen pada 2022, dan pada 2023 diperkirakan tumbuh antara 5,1-5,4 persen. Hal ini menunjukkan bahwa industri manufaktur punya peran penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Kemenperin.go.id).

Penelitian mengambil obyek perusahaan industri dengan alasan perkembangan di Indonesia semakin pesat walau sempat turun akibat pandemi Covid-19. Sektor industri mendapat peluang yang lebih besar untuk terus berkembang. Industri memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dilihat dari fenomena di atas, peluang untuk menanamkan investasi pada sektor industri sangat menjanjikan, karena pasar masih terbuka lebar dengan jumlah penduduk yang besar.

Salah satu tujuan dari perusahaan adalah untuk mensejahterakan para pemilik saham melalui pembagian keuntungan perusahaan melalui deviden. Semakin tinggi harga saham menandakan semakin meningkat pula nilai perusahaan di hadapan para investor. Oleh karena itu, perusahaan selalu berusaha untuk menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Profitabilitas mempunyai arti penting didalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka Panjang, dengan profitabilitas yang tinggi maka kelangsungan hidup perusahaan juga akan lebih terjamin (Aini & Suwarno, 2024). Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan setiap perusahaan dalam

menghasilkan suatu laba berdasarkan dengan total asset yang dimiliki (Hanafi, 2016).

Zuhroh (2019), (Santoso & Junaeni, 2022), menjelaskan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Juhandi et al. (2013) menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Anzlina dan Rustam (2013) menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan (Santoso & Junaeni, 2022)(Santoso & Junaeni, 2022).

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas. Rasio likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya atau seberapa cepat perusahaan mengubah aset yang dimilikinya menjadi kas (Sukamulja, 2019). Semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan baik (Chynthiawati & Jonnardi, 2022).

Hasil penelitian terkait likuiditas terhadap nilai perusahaan telah dilakukan hasil penelitian diantaranya oleh (Lubis et al., 2017), (Shakila Putri & Miftah, 2021) menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Stevanio & Ekdajaja, 2021), menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Holyfil &

Ekadjaja, 2021), menjelaskan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan, dengan begitu investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil (Rossa et al., 2023).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sofia & Akhmadi, 2018) membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Irwan & Kusuma, 2019) berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, Sedangkan (Nurminda *et al.*, 2017) membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Graceta, 2021), (Wibowo, 2021), (Simanungkalit & Silalahi, 2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian (Graceta *et al.*, 2020), (Tiasriani & Utiyati, 2020). Sedangkan penelitian dari (Ramdhonah, 2019) menyatakan sebaliknya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan dan penelitian dari (Hertina, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* mengukur kemampuan perusahaan memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjangnya (Dina & Wahyuningtyas, 2022). *Leverage* digambarkan untuk melihat sejauh mana asset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri (Ilyas & Hertati, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan (Wibowo, 2021), (Anggreani & Sulhan, 2020), (Salainti, 2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian (Dewi, 2018) menyatakan sebaliknya bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian dari (Nuraeni, 2016) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Khosyi, Tiara, Anggita (2022) yang meneliti Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Namun pada penelitian ini objek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2018-2020 diganti menjadi perusahaan sektor industri papan utama tahun 2019-2022.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat di rumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang dibahas supaya mendapat temuan yang berfokus dan menghindari hasil penafsiran yang berbeda sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian hanya meneliti pada perusahaan sektor industri papan utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan di periode 2019-2022 melalui situs website Bursa Efek Indonesia

E. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut

1. Untuk memperoleh bukti pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Untuk memperoleh bukti pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan
3. Untuk memperoleh bukti pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
4. Untuk memperoleh bukti pengaruh negatif *leverage* terhadap nilai perusahaan

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. Bagi akademisi : Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah acuan bagi penelitian selanjutnya tentang pengaruh dari profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Serta penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kondisi kinerja perusahaan dan juga dapat memberi kontribusi dalam literatur penelitian di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Bagi perusahaan : Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pendanaan yang berhubungan dengan profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan.
3. Bagi Investor : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi investor untuk membuat keputusan investasi yang tepat dan teliti terhadap laba yang disajikan perusahaan dalam laporan keuangan.