

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terus mengalami perkembangan, setiap periode jumlah perusahaan sektor industri barang konsumsi mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari *Bursa Efek Indonesia*, sampai tanggal 31 Desember 2019, tercatat ada 55 perusahaan di sektor industri barang konsumsi. Jumlah perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Sektor Industri Barang Konsumsi periode 2017-2019

Tahun	Jumlah Perusahaan
2017	46
2018	50
2019	55

Sumber : *Bursa Efek Indonesia*

Tabel 1.1 tersebut menunjukkan peningkatan jumlah perusahaan di tahun 2018 ada penambahan 4 perusahaan sektor industri barang konsumsi dan tahun 2019 ada penambahan 5 perusahaan. Peningkatan tersebut terjadi karena ada perusahaan yang telah melakukan *go public* yang kemudian bergabung ke dalam sektor industri barang konsumsi. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergabung di industri barang konsumsi membuat persaingan dalam aspek dunia bisnis semakin erat, namun justru dengan adanya tantangan ini bisa meningkatkan kemampuan yang akan berdampak pada majunya bidang bisnis agar tujuan perusahaan tercapai, maka tantangan ini tidak selalu memberikan dampak yang negatif (*Zurich.Co.Id*, 2017).

Perusahaan pasti berusaha untuk dapat mencapai tujuannya yaitu dengan meningkatkan kemakmuran pemegang saham dari peningkatan nilai perusahaan, karena tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham ataupun meningkatkan nilai perusahaan. Apabila harga saham meningkat, maka nilai perusahaan juga meningkat (Rodoni & Ali, 2014).

Nilai perusahaan merupakan harga yang akan dibayar oleh calon investor jika perusahaan tersebut dijual. Perusahaan yang go publik nilai perusahaannya digambarkan dari harga saham. Harga saham yang semakin tinggi dapat membuat nilai perusahaan meningkat. Nilai perusahaan yang meningkat merupakan harapan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Yuniningsih, 2018). Kemakmuran pemegang saham dan perusahaan digambarkan oleh harga saham (Rodoni & Ali, 2014).

Struktur modal sangat penting bagi perusahaan, salah satu faktor yang membuat suatu perusahaan memiliki kemampuan untuk berkembang dalam jangka panjang adalah karena kuatnya struktur modal yang dimiliki perusahaan. Keputusan dari sumber dana yang akan digunakan untuk perusahaan tidak dapat dipandang sebagai keputusan yang sederhana, melainkan sangat memiliki pengaruh kuat terhadap apa yang akan terjadi di masa yang akan datang. Struktur modal merupakan posisi finansial perusahaan yaitu modal yang dimiliki berasal dari internal seperti modal sendiri dan eksternal seperti utang jangka panjang yang menjadi sumber pendanaan di perusahaan (Fahmi, 2018).

Perusahaan dengan tingkat produksi usaha yang besar memerlukan tambahan dana dari pihak eksternal untuk meningkatkan usahanya. Struktur modal yang optimal adalah yang akan memaksimalkan harga saham perusahaan (Musthafa, 2017). Manajemen struktur modal bertujuan untuk menciptakan sumber dana di perusahaan agar mampu memaksimalkan harga saham, dari harga saham yang maksimal bisa menyejahterakan kekayaan para pemegang saham. Struktur

modal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan, dan memaksimalkan harga saham adalah struktur modal yang terbaik (Husnan & Pudjiastuti, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Pardiastuti et al (2020) bahwa struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa dengan utang yang besar manajemen dapat menggunakan penggunaan utang tersebut secara optimal untuk mendanai kegiatan operasi dengan baik agar laba yang diperoleh besar dan pajak juga dapat memberikan suatu keuntungan berupa bunga dalam pembiayaan utang sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Hasil penelitian berbeda yang dilakukan oleh Yunina & Husna (2018) bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar utang akan semakin besar risiko *financial*, yaitu risiko tidak sanggupnya perusahaan melunasi angsuran pokok dan bunganya dalam keadaan ekonomi yang tidak baik.

Hasil penelitian berbeda juga dilakukan oleh Nuradawiyah & Susilawati (2020) bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa struktur modal yang digambarkan dengan utang yang tinggi pada suatu perusahaan tidak bisa menjadi indikator investor dalam berinvestasi, karena investor lebih melihat bagaimana pihak manajemen menggunakan dana tersebut dengan efektif dan efisien untuk mencapai nilai tambah bagi nilai perusahaan. Besar kecilnya utang tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Kinerja yang baik akan terlihat apakah manajemen berhasil dalam menghasilkan laba yang maksimal di perusahaan. Tujuan operasional sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profitabilitas. Manajemen didorong untuk meningkatkan imbal hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga menyejahterakan karyawan di perusahaan (Hery, 2017).

Profitabilitas penting untuk menjamin aktivitas operasi perusahaan dalam jangka panjang, profitabilitas juga dapat mencerminkan kinerja perusahaan. Perusahaan akan berusaha meningkatkan profitabilitas untuk menjamin kelangsungan hidupnya sehingga dapat mempertahankan aktivitas bisnisnya Hermuningsih, (2013) dalam (Salim & Susilowati, 2019).

Profitabilitas merupakan faktor yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan (Kasmir, 2015) dalam (Sunaryo, 2020). Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yaitu semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin tinggi perusahaan tersebut menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi serta dapat menyejahterakan kekayaan pemegang saham (Widyantari & Yadnya, 2017). Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas bisnis usahanya (Hery, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Dewanti & Handayani (2019) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *profit* yang tinggi bahwa *profit* atau pembagian hasil yang akan diterima untuk pemegang saham dalam bentuk dividen juga tinggi karena jumlah dividen yang diperoleh berdasarkan besarnya jumlah laba yang diperoleh perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menjadi gambaran kinerja yang baik di perusahaan dan dapat membuat sinyal positif dari pemegang saham sehingga pemegang saham tertarik dalam melakukan pembelian saham. Peningkatan pembelian saham dapat berdampak pada naiknya harga saham yang merupakan cerminan dari nilai perusahaan.

Hasil penelitian berbeda yang dilakukan oleh Nuradawiyah & Susilawati (2020), bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menjelaskan berpengaruh negatif disebabkan oleh harapan pemegang saham terhadap laba perusahaan yang tinggi, sehingga saat tersebarnya kenaikan laba di pasar, investor akan membandingkan jumlah laba yang ada di

laporan keuangan dengan laba yang diharapkan. Harapan investor dari laba tinggi bisa menganggap tingginya laba sebagai *bad news*. Apabila lebih banyaknya investor yang menganggap hal tersebut *bad news* dibanding *good news* hal ini akan memberikan dampak pada penurunan harga saham yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian berbeda juga dilakukan oleh Astuti et al (2018) bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa profitabilitas yang diukur dari penggunaan aset kurang efektif untuk mendapatkan keuntungan yang optimal sehingga investor kurang memperhatikan indikator profitabilitas dalam melakukan investasi.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang digambarkan melalui tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan. Akses ke pasar modal untuk memperoleh dana menjadi lebih mudah karena ukuran perusahaan yang besar dibandingkan perusahaan yang masih baru berkembang atau perusahaan kecil akan banyak kesulitan untuk mengakses dana di pasar modal (Utomo & Christy, 2017).

Perhitungan ukuran perusahaan dapat dilihat dari aset yang dimiliki perusahaan (Rodoni & Ali, 2014). Ukuran perusahaan dilihat dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan operasionalnya, semakin besarnya perusahaan maka dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan juga besar. Perusahaan dengan ukuran skala besar biasanya lebih diketahui oleh investor sehingga informasi mengenai kinerja perusahaannya lebih mudah diperoleh investor dibanding perusahaan yang ukuran skala kecil (Dewi & Damayanti, 2019). Total aset yang terus bertumbuh akan berdampak pada harapan meningkatnya aktivitas produksi yang produktif di periode depan dan akhirnya akan menghasilkan *profit* di periode depan, semakin tinggi *profit* perusahaan maka investor tertarik untuk melakukan investasi (Maryam et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Kristi & Yanto (2020) bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan yang ukuran skala besar memiliki kemampuan menghasilkan *profit* akan lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang ukuran skala kecil karena jumlah aset yang ada bisa digunakan secara efektif untuk menghasilkan *profit* sehingga menjadi sinyal positif bagi pasar.

Hasil penelitian berbeda yang dilakukan oleh Nuradawiyah & Susilawati (2020) bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa ukuran perusahaan akan menimbulkan biaya keagenan yang lebih besar dan akan mempengaruhi *profit* yang dihasilkan perusahaan sehingga profit yang akan peroleh investor berupa dividen akan kecil dan menjadi penyebab turunnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian berbeda juga dilakukan oleh Astuti et al (2018) bahwa Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan semakin besar ukuran perusahaan tidak dapat membuat investor yakin bahwa manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan yang ukuran skala besar tidak berani melakukan investasi baru yang berkaitan dengan ekspansi.

Fenomena yang terjadi pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA). Berdasarkan berita dari situs *investasi.kontan.co.id* PT Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA) pada tahun 2018 kinerja keuangannya menurun. Harga saham AISA secara bertahap juga turun semenjak terkena kasus hukum bahkan tidak disarankan oleh analisis untuk berinvestasi pada jangka panjang di saham ini. AISA memiliki utang yang besar, cara AISA dalam menghadapi permasalahan dilakukan dengan cara melepas atau mendivestasi saham anak perusahaannya. Tapi menurut Analisis, AISA pasti memerlukan pendanaan lagi dengan cara menggunakan utang untuk mengelola bisnisnya serta memperbaiki brand dari AISA (Kartini, 2017).

Berita dari situs *bisnis.com*, bahwa perseroan menyajikan kembali laporan keuangan dengan tidak mengkonsolidasi PT Dunia Pangan serta anak usaha untuk tahun buku 2017. Alhasil, tercatat perseroan mengalami kerugian per 31 Desember 2017. Periode sebelumnya perseroan masih mencatat adanya laba. Liabilitas AISA meningkat diikuti total ekuitas yang berada pada posisi minus akibat saldo laba defisit, hal ini mengakibatkan aset TPS Food menurun ekstrem untuk tahun 2017. Dari hal tersebut, Bursa Efek Indonesia segera memberhentikan perdagangan (mensuspensi) saham AISA pada Rp 168 terhitung 5 Juli 2018. Hal ini mengakibatkan saham AISA tidak bisa diperdagangkan di seluruh pasar sejak Juli 2018 (Situmorang, 2020).

Fenomena turunnya harga saham dari PT AISA turunnya harga saham mencapai harga Rp 168 yang disebabkan oleh utang yang tinggi yang berhubungan dengan struktur modal, kerugian yang berhubungan dengan profitabilitas dan aset yang menurun drastis yang berhubungan dengan ukuran perusahaan, sehingga mempengaruhi kinerja keuangan dan bahkan analis tidak menyarankan untuk berinvestasi dalam jangka panjang di perusahaan tersebut.

Sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu bagian dari perusahaan manufaktur. Sektor industri barang konsumsi terdiri dari 5 sub sektor diantaranya, sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dan sub sektor peralatan rumah tangga (Bursa Efek Indonesia, 2020).

Perusahaan-perusahaan di sektor industri barang konsumsi memiliki kegiatan operasional yang banyak sehingga hal ini membuat perusahaan harus bisa mengelola kegiatan operasionalnya agar mencapai tujuan perusahaan seperti memperoleh profitabilitas dan memakmurkan para pemegang saham. Walaupun krisis ekonomi melanda, masyarakat pasti akan terus membutuhkan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, hal ini yang membuat kelebihan dari sektor industri

barang konsumsi. Sektor industri barang konsumsi dapat dikatakan sebagai sektor yang permintaannya stabil dan selalu naik dengan meningkatnya masyarakat (Stock dan Saham, 2016).

Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor yang berpengaruh dalam perusahaan manufaktur. Berdasarkan situs dari bps.go.id, pertumbuhan perusahaan manufaktur triwulan IV tahun 2017 meningkat sebesar 5,15 %, triwulan IV-2018 meningkat 3,90% dan triwulan IV tahun 2019 meningkat 3,62 %. Pertumbuhan produksi perusahaan manufaktur ini mengalami kenaikan disebabkan oleh meningkatnya produksi perusahaan yang bergerak disektor industri barang konsumsi.

Perkembangan rata-rata harga saham pada data sampel penelitian ini di sektor industri barang konsumsi mengalami penurunan dari tahun 2018 ke 2019. Berdasarkan tabel 1.2 halaman berikutnya, terlihat bahwa perkembangan rata-rata harga saham tahun 2019 pada sampel penelitian sektor industri barang konsumsi mengalami penurunan.

Tabel 1. 2 Data Perkembangan Rata-Rata Harga Saham Pada Sampel Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019
Data Perkembangan Rata-Rata Harga Saham
Pada Sampel Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019

Tahun	Rata-Rata Harga Saham	% Perubahan
2017	5.706	
2018	5.813	1,875 %
2019	4.537	(21,950 %)

Sumber : *Bursa Efek Indonesia* (data diolah kembali)

Tabel 1.2 terlihat bahwa rata-rata harga saham pada tahun 2017 sebesar 5.706 sedangkan pada tahun 2018 sebesar 5.813 mengalami kenaikan 1,875 %. Pada tahun 2019 sebesar 4.537 mengalami penurunan 21,950 % dibanding tahun sebelumnya.

Situs berdasarkan *Investasi.kontan.co.id* (2020), selama tahun 2019 indeks saham sektor barang konsumsi anjlok dibandingkan dengan periode sebelumnya. Penurunan indeks saham sektor ini disebabkan oleh penurunan harga saham dari pasar saham UNVR turun 5,73%, HMSP turun 42,59%, GGRM turun 36,62%, MYOR turun 21,76% dan GOOD turun 19,47% selama 2019. Kinerja juga mengalami penurunan pada saham UNVR hingga kuartal III 2019 yaitu laba turun 25% secara tahunan.

Latar belakang dari fenomena serta hasil research gap yang telah dijabarkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Determinan yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019”**.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang dari permasalahan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian, yaitu :

1. Bagaimana Pengaruh Struktur Modal secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019 ?
2. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019 ?
3. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019 ?
4. Bagaimana Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Struktur Modal secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Pengaruh Profitabilitas secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Pengaruh Ukuran Perusahaan secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2017-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini adalah untuk pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai nilai perusahaan dan apa saja yang mempengaruhinya. Dan juga sebagai bahan masukan untuk mendukung dasar teori penelitian yang sejenis dan relevan dan Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi serta perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pengaruh struktur modal dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

:

1. **Bagi Peneliti**

Penulisan ini diharapkan dapat menjelaskan Determinan yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. Selain itu juga untuk menambah pengetahuan, pengalaman, dan untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam dari teori yang telah diperoleh dengan kenyataan yang terjadi, dan juga untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Jambi.

2. **Bagi Para Pengguna Informasi (pemegang saham, manajer, kreditur, debitur, karyawan, dan pemerintah)**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu alternatif bagi para pemakai laporan keuangan dan penyelenggara perusahaan untuk pengambilan keputusan.