

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebuah Perusahaan pada umumnya didirikan dengan tujuan tertentu yaitu tujuan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan perusahaan atau laba yang maksimal, tujuan yang kedua ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham dan tujuan yang ketiga untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya (Rismayanti dkk., 2021). Keberadaan perusahaan dalam perekonomian berperan strategis untuk mendorong terciptanya pertumbuhan ekonomi bernilai positif. Saat ini Indonesia selalu maju untuk berubah dan bertumbuh sesuai dengan ekonomi global yang juga bergerak. Maka dari itu untuk tetap bersaing di bursa saham perusahaan memperketat daya saingnya.

Mempertahankan eksistensi suatu perusahaan merupakan hal penting yang harus dipertahankan oleh perusahaan, serta upaya dalam menerapkan berbagai kebijakan strategis yang menghasilkan efisiensi dan efektivitas bagi perusahaan, terutama berkaitan pada keberadaan dan kesejahteraan para pemegang saham yang digambarkan dalam nilai perusahaan. Secara normatif salah satu tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Wiagustini, 2014).

Investor memiliki pandangan terhadap nilai perusahaan yaitu melihat bagaimana manajer dapat mencapai keberhasilan saat sumber daya perusahaan dikelola, yang sering dihubungkan dengan harga saham (Indrarini, 2019). Nilai perusahaan sangat penting, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka akan

diikuti pula oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham & Houston, 2012). Semakin tinggi harga saham maka dapat meningkatkan kekayaan terhadap pemegang saham (Sartono, 2014). Hal ini dapat berarti bahwa harga saham yang tinggi, juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Harga saham pada pasar modal ditentukan oleh kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor. Para pemilik perusahaan selalu menginginkan perusahaan yang memiliki nilai tinggi, karena nilai tersebut menunjukkan seberapa tinggi kesejahteraan yang didapat para pemegang saham (Himawan, 2020)

Kapasitas manajemen untuk mengawasi aset perusahaan tercermin dalam nilai perusahaan. Setiap perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya karena kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan memberikan nilai kepada *stakeholder* menentukan keberadaannya. *Price to Book Value* merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan harga saham terhadap nilai buku perusahaan. *Price to Book Value* merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Brigham & Houston, 2012). Untuk mengukur tinggi atau rendahnya nilai perusahaan dalam penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan *rasio Price to Book Value*.

Karena rasio ini banyak digunakan oleh para analis sekuritas untuk mengestimasi harga saham di masa yang akan datang, nilai buku yang sifatnya relatif stabil, memberikan standar akuntansi yg konsisten pada seluruh perusahaan dan PBV digunakan untuk melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan

dengan harga pasar, serta semakin tinggi rasio PBV ini maka akan berpengaruh terhadap harga saham dari perusahaan yang bersangkutan karena semakin tinggi rasio maka semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai (*return*) bagi pemegang saham dan semakin besar rasio PBVnya, semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor (Widyantari & Yadnya, 2017). Dan juga, nilai PBV yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham yang baik (Sutama & Lisa, 2018).

Dengan *Price to Book Value* dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang baik ketika nilai PBV di atas satu (*overvalued*) yaitu nilai pasar lebih besar dari pada nilai buku perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti perusahaan semakin berhasil dalam menciptakan nilai atau kemakmuran bagi pemegang saham, sebaliknya, apabila PBV di bawah satu (*undervalued*) mencerminkan nilai perusahaan tidak baik (Nurminda, 2017).

Menurut Hery (2017) profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Selanjutnya menurut Gitosudarmo dan Basri (2014) faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya pertumbuhan perusahaan. Profitabilitas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pihak luar dapat memperoleh informasi tentang efektivitas operasional perusahaan dari tingkat profitabilitasnya. Untuk melihat bagaimana perusahaan mencapai keuntungan maka rasio yang dilihat adalah profitabilitasnya (Kasmir, 2019: 198). Profitabilitas sangat penting untuk menjamin kelangsungan jangka panjang suatu perusahaan, karena profitabilitas mengukur sejauh mana perusahaan dapat menggunakan sumber-

sumber yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan. Harga saham akan semakin naik akibat hal ini. Saat menanamkan saham di perusahaan maka investor bertujuan untuk mendapatkan *return*, ketika suatu perusahaan mampu mendapatkan laba maka investor juga berharap *return* yang didapatkan besar sehingga perusahaan akan meningkat nilainya (Suwardika & Mustanda, 2017). Maka dari itu, banyak investor yang akan menanamkan dana mereka untuk membeli saham perusahaan jika perusahaan dalam keadaan yang dianggap menguntungkan atau yang menunjukkan potensi keuntungan di masa mendatang.

Prospek perusahaan di masa depan dapat dilihat bagaimana profitabilitas di perusahaan bertumbuh (Tandelilin, 2010). Ketika manajemen mengelola sumber daya perusahaan secara baik maka menunjukkan profitabilitas di perusahaan tersebut baik dan nilai perusahaan meningkat sehingga mencapai pendapatan yang tinggi (Fajaria & Isnalita, 2018). Apabila profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka menunjukkan perusahaan bekerja secara efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba setiap periodenya (Horne & Wachowicz, 2012). Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi biasanya memiliki tingkat utang yang relatif rendah karena dengan laba ditahan yang tinggi sudah memadai untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan.

Dalam penelitian ini peneliti memproksikan profitabilitas dengan *Return On Equity* karena rasio ini mampu mengkaji sejauh mana perusahaan menggunakan sumber dayanya untuk memberikan laba atas ekuitas dan modalnya sendiri atau mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. ROE adalah rasio laba

atas ekuitas bagi pemilik modal, rasio ini lebih penting dari rasio laba bersih terhadap penjualan, yaitu untuk mengetahui sampai seberapa jauh hasil yang diperoleh dari penanaman modalnya (Prihadi, 2014). Semakin besar tingkat pengembalian atas modal sendiri maka akan mendorong peningkatan harga saham sehingga diharapkan nilai perusahaan akan meningkat (Tambunan, 2007 dalam Dewantari dkk., 2019).

Adapun penelitian yang diperoleh dari Faizra dkk (2022), Santoso & Junaeni (2022), Himawan (2020), Ramdhonah dkk (2019), Dewantari dkk (2019), Fajaria & Isnalita (2018), Suwardika & Mustanda (2017), Nurmindia (2017), Widyantari & Yadyana (2017), Novari & Lestari (2016), Rudangga & Sudiarta (2016), Pramana & Mustanda (2016) dan Wijaya & Sedana (2015) menemukan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, serta Sutama & Lisa (2018) dan Dhani & Utama (2017) menemukan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian menurut Kolamban dkk (2018) dan Kurniawati dkk (2018) menemukan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang. Rasio *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2019: 153). Untuk meningkatkan keuntungan yang lebih tinggi, perusahaan dapat memperoleh modal melalui hutang (*leverage*). Penggunaan hutang (*leverage*) tersebut diharapkan perusahaan akan menerima respon positif oleh pihak luar. Oleh karena itu, di mata investor hutang merupakan

tanda atau sinyal untuk meningkatkan nilai perusahaan (Hanafi, 2011). Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lain, perusahaan yang menggunakan pembiayaan dengan hutang yang berlebihan dinilai tidak sehat karena dikhawatirkan akan terjadi penurunan laba.

*Extreme leverage* (utang ekstrim) ketika utang digunakan secara tinggi dan perusahaan berada dalam keadaan bahaya maka untuk lepas dari beban tersebut akan sulit bagi perusahaan (Fahmi, 2015). Perusahaan akan berada dalam bahaya Ketika hutang digunakan secara berlebihan, karena nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan risiko investasi yang semakin besar pula, sedangkan nilai *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Analisa, 2011 dalam Suwardika, 2017). Risiko perusahaan menghadapi kebangkrutan akan tinggi ketika total hutang membesar. Hal ini membawa dampak kepada investor yang tidak responsif terhadap informasi ini ketika mengambil keputusan mengenai investasi saham karena akan berpengaruh pada turunnya harga saham dan return saham.

Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang besar maupun kecil mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). *Debt To Equity Ratio* merupakan rasio yang melihat sejauh mana perusahaan dibiayai oleh hutang atau oleh badan eksternal, yang kapasitasnya diukur terhadap modal perusahaan. Dalam penelitian ini *leverage* diprosikan dengan DER. Perusahaan menanggung hutang yang tidak sebanding dengan aktiva maka rasio ini dapat digunakan untuk mengetahuinya (Kasmir, 2019: 153). Dan juga rasio DER dimanfaatkan dalam mengukur nilai

investasi sebuah perusahaan, menganalisis kewajiban, modal yang dimiliki, serta untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan antar periode akuntansi (Azizah & Putra, 2022).

Adapun penelitian yang diperoleh dari Rismayanti dkk (2021) menemukan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan Utama & Lisa (2018), Suwardika & Mustanda (2017), dan Rudangga & Sudiarta (2016) *leverage* berpengaruh signifikan ke arah positif terhadap nilai perusahaan, Kurniawati dkk (2018) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Himawan (2020), dan Kolamban dkk (2018) dan Fajaria & Isnalita (2018) menemukan hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, serta Dewantari dkk (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Santoso & Junaeni (2022), Nurmindia (2017) & Novari Lestari (2016) menemukan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan juga mempengaruhi nilai perusahaan (Sartono, 2014). Untuk melihat gambaran bagaimana perusahaan mampu bertahan pada posisinya saat ekonomi dan juga sektor usaha bertumbuh maka rasio yang dilihat adalah pertumbuhan (Kasmir, 2019: 114). Pertumbuhan perusahaan adalah pertumbuhan dalam bentuk peningkatan atau penurunan total asset yang dimiliki perusahaan (Brigham & Houston, 2012). Kepercayaan pihak luar akan meningkat Ketika aset operasionalnya bisa ditingkatkan.

Investor yang memperoleh informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang diindikasikan melalui peningkatan total aset dari suatu perusahaan akan

mendapat respon baik dari pasar, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan harga saham ataupun mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat (Suwardika & Mustanda, 2017). Peningkatan pada harga saham berarti pula peningkatan terhadap nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2012). 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 dan jika pertumbuhan perusahaan berkembang secara baik, maka investor akan menilai bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih banyak atas investasi yang dilakukan. Adanya respon baik dari investor, dapat berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan sehingga akan mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat pula (Ramdhonah, 2019).

Dalam penelitian ini pertumbuhan perusahaan diproksikan dengan *Asset Growth* (pertumbuhan total asset). *Growth* merupakan pertumbuhan total aset baik berupa peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu periode (satu tahun) (Fau, 2015 dalam Faizra dkk., 2022). Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya (Suprانتiningrum, 2013). Adapun penelitian yang diperoleh dari Faizra dkk (2022) pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Ramdhonah dkk (2019) pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Sedangkan penelitian Suwardika & Mustanda (2017) pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan namun memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian

Santoso & Junaeni (2022) dan Dhani & Utama (2017) memiliki hasil berlawanan yaitu pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan Novitasari & Krisnando (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pendanaan dari internal ataupun eksternal yang mudah didapat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Total dari aset merupakan suatu ukuran yang dimiliki perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016). Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka adanya potensi lebih banyak bagi investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, hal ini disebabkan karena perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung memiliki kondisi yang relatif lebih stabil (Himawan, 2020).

Total aktiva atau besaran harta perusahaan bisa dihitung dengan logaritma total aktiva ini merupakan pengertian dari ukuran perusahaan (Hartono, 2017). Dalam penelitian ini peneliti memproksikan ukuran perusahaan dengan *rasio  $Ln=Total\ Asset$* . Nilai total asset biasanya memiliki nilai yang sangat tinggi dalam kaitannya dengan variabel keuangan lainnya, itulah sebabnya variabel aset disempurnakan menjadi Log Asset atau Ln Total Asset. Karena rasio  *$Ln= Total\ Asset$*  ini digunakan untuk mengurangi data yang terlalu fluktuatif, seperti jumlah aset dengan nilai ratusan miliar atau bahkan triliunan tanpa mengubah proporsi aset yang sebenarnya (Wahyuni, 2013).

Adapun Penelitian menurut Dewantari (2019) dan Novari & Lestari (2016), Rudangga & Sudiarta (2016) dan Pramana & Mustanda (2016) memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan, dan Novitasari & Krisnando (2021) menghasilkan bahwa *firm size* (ukuran perusahaan) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta Kurniawati dkk (2018) menghasilkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Widyantari & Yadyana (2017) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Faizra dkk (2022), Santoso & Junaeni (2022) dan Nurmindia (2017) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan Kolamban dkk (2020), Himawan (2020) dan Suwardika & Mustanda (2017) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Ramdhonah dkk (2019) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Peneliti menggunakan periode penelitian tahun terbaru untuk melakukan penelitian pada tahun tersebut. Alasan utama kenapa objek penelitian memilih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena produknya diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari, maka peranannya sangat penting dalam upaya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Meskipun di tengah kondisi perekonomian nasional yang mengalami kontraksi dalam pada triwulan II-2020, terdapat sektor industri manufaktur yang masih mencatatkan kinerja positif. Sektor tangguh tersebut, meliputi industri kimia, farmasi dan obat tradisional yang tumbuh sebesar 8,65 persen. Capaian itu meningkat dibanding triwulan I-2020 yang tumbuh 5,59 persen. Akselerasi pertumbuhan sektor industri kimia, farmasi dan obat tradisional ini

didukung karena peningkatan dari permintaan domestik terhadap obat-obatan atau suplemen dalam upaya menghadapi wabah Covid-19 (Sumber: <http://www.kemperin.go.id>).

Meskipun mendapat tekanan akibat pandemi Covid-19 yang masuk ke Indonesia sejak 2020, 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%. “Hal ini menunjukkan bahwa industri manufaktur punya peran penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional,” ujar Menperin. Lima subsektor industri dengan nilai ekspor terbesar adalah industri makanan dan minuman (19,58%), industri logam dasar (13,78%), industri kimia, farmasi dan obat tradisional (9,28%), industri barang dari logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik (7,63%), serta industri tekstil dan pakaian jadi (5,86%) (Sumber: <http://www.kemperin.go.id>). Oleh sebab itu, Sektor Industri Barang Konsumsi menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari terutama dalam upaya menghadapi pandemi covid-19, serta dapat menjadi pilihan utama para investor dalam berinvestasi. Hal ini di karenakan peningkatan pendapatan dan keuntungan yang didapat perusahaan yang masih menjanjikan.

Selanjutnya, dilansir dari *tempo.co* ICBP yaitu PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk ini mencatatkan pertumbuhan penjualan bersih konsolidasi sebesar

14% menjadi Rp17,19 triliun pada kuartal I/2022 dari Rp15,09 triliun pada periode yang sama tahun lalu. Direktur Utama dan Chief Executive Officer Indofood CBP Sukses Makmur Anthoni Salim mengatakan kinerja perseroan tetap dapat bertumbuh di tengah tekanan dari harga bahan baku yang meningkat. Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan sehubungan dengan naiknya harga-harga bahan baku sebagai imbas dari situasi ekonomi global, ICBP mengawali tahun 2022 dengan kinerja yang positif. Meskipun laba usaha turun 7% menjadi Rp3,53 triliun dari Rp3,82 triliun karena kenaikan harga berbagai komoditas, ICBP masih membukukan margin laba usaha yang sehat sebesar 20,6% pada kuartal I/2022 dibandingkan dengan 25,3% pada kuartal I/2021. Perseroan pun berhasil tetap mencatatkan pertumbuhan *bottom line*. Laba periode berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk naik sekitar 12 % menjadi Rp1,94 triliun selama 3 bulan 2022 dari Rp1,74 triliun pada kuartal pertama tahun lalu (<https://bisnis.tempo.co>).

*Price to Book Value (PBV)* merupakan rasio keuangan yang dapat mewakili bagaimana nilai perusahaan tercipta. Harga saham perusahaan yang digunakan rasio PBV sebagai gambaran bagaimana investor menilai ekuitas yang perusahaan miliki. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

Berikut ini merupakan data PBV pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**PBV pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi**  
**di BEI 2019-2021**

NO	PERUSAHAAN	TAHUN		
		2019	2020	2021
1	Astra Agro Lestari Tbk.	1.48	1.23	0.86
2	Akasha Wira International Tbk.	1.09	1.23	2.00
3	Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	5.31	4.35	5.61
4	BISI International Tbk.	1.36	1.26	1.09
5	Budi Starch & Sweetener Tbk.	0.36	0.34	0.58
6	Campina Ice Cream Industry Tbk	2.35	1.85	1.67
7	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0.88	0.84	0.81
8	Sariguna Primatirta Tbk.	7.91	6.71	5.63
9	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	5.06	4.58	3.88
10	Delta Djakarta Tbk.	4.49	3.45	2.96
11	Dharma Satya Nusantara Tbk.	1.31	1.04	0.75
12	Enseval Putera Megatrading Tbk	0.91	0.87	1.07
13	Gudang Garam Tbk.	2.00	1.35	0.99
14	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	4.03	3.24	6.39
15	H.M. Sampoerna Tbk.	6.85	5.79	2.11
16	Buyung Poetra Sembada Tbk.	3.48	3.67	2.62
17	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	4.88	2.22	1.85
18	Indofood Sukses Makmur Tbk.	1.28	0.76	0.64
19	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	1.57	1.51	1.54
20	Kino Indonesia Tbk.	1.81	1.51	1.09
21	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	1.19	1.01	0.79
22	Midi Utama Indonesia Tbk.	2.71	3.97	3.94
23	Multi Bintang Indonesia Tbk.	28.50	14.26	14.95
24	Mayora Indah Tbk.	4.63	5.38	4.02
25	Supra Boga Lestari Tbk.	0.95	1.25	5.55
26	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	2.60	2.61	2.95
27	Sreeya Sewu Indonesia Tbk.	1.24	2.16	2.89
28	Sekar Bumi Tbk.	0.68	0.58	0.63
29	Sekar Laut Tbk.	2.92	2.66	3.09
30	Smart Tbk.	1.09	0.95	0.87

31	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	1.98	2.44	1.50
32	Siantar Top Tbk.	2.74	4.66	3.00
33	Tunas Baru Lampung Tbk.	0.99	0.85	0.65
34	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	3.43	3.87	3.53
35	Unilever Indonesia Tbk.	60.67	56.79	36.28
36	Wismilak Inti Makmur Tbk.	0.34	0.96	0.48

Sumber : Laporan Keuangan 2019-2021 di BEI, diolah oleh peneliti, 2022

Pada Tabel 1.1 *Price to Book Value* (PBV) dapat terlihat dengan jelas bahwa nilai perusahaan (*Price to Book Value*) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi dari tahun ke tahun menandakan adanya kendala nilai perusahaan yang cenderung fluktuasi, hal ini yang menjadi menarik untuk diteliti karena relatif pesatnya pertumbuhan dan perkembangan Sektor Industri Barang Konsumsi terutama karena sektor konsumen memenuhi kebutuhan mendasar konsumen dan menjadi peluang bagi investor di Sektor Industri Barang Konsumsi untuk menghasilkan keuntungan. Namun pada kenyataannya terlihat dari tabel di atas bahwa nilai perhitungan PBV terhadap nilai perusahaan cenderung berfluktuasi.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu oleh Suwardika dan Mustanda perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian, periode pengamatan, indikator profitabilitas dan pengujian hipotesisnya. Pada penelitian Suwardika dan Mustanda (2017) objek penelitian yang digunakan yaitu Perusahaan Properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2015 ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Indikator profitabilitasnya diprosikan dengan *Return on Asset* (ROA) dan pengujian hipotesisnya menggunakan uji T (secara parsial), sedangkan pada penelitian ini objek dan periode yang digunakan yaitu Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-

2021 ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), serta indikator profitabilitasnya diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE) dan pengujian hipotesisnya menggunakan uji F (secara simultan), uji T (secara parsial), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini didasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, yaitu:

1. Apakah profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
4. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh *leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
5. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, berikut adalah manfaat akademis maupun praktis yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Akademis
  - a. Memberikan studi empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
  - b. Dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan akuntansi, khususnya dibidang akuntansi keuangan.

- c. Sebagai referensi bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu financial serta dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Manajer Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini karena nilai perusahaan merupakan salah satu indikator seberapa baik kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi keputusan para pengguna informasi laporan keuangan.

### b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk mempertimbangkan nilai perusahaan ketika membuat keputusan investasi.

### c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian yang akan datang serta dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian terkait dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan penilaian perusahaan.