

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan memiliki tujuan utama adalah meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Tingginya nilai suatu perusahaan dapat menggambarkan kesejahteraan dari pemilik saham di perusahaan tersebut. Sukirni (2012) menyebutkan bahwa optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Berbagai faktor internal perusahaan dapat mempengaruhi penilaian perusahaan di mata investor, salah satunya adalah manajemen keuangan perusahaan tersebut. Keberhasilan dan kesuksesan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas dari keputusan-keputusan keuangan yang diambil oleh manajer keuangan perusahaan. Keputusan-keputusan keuangan oleh manajer keuangan dimaksudkan untuk mencapai tujuan perusahaan (Sari, 2012).

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan tertentu. Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemiliknya serta mengoptimalkan nilai perusahaan (Michalski, 2008). Nilai perusahaan adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan kesehatan keuangan dan keadaan perusahaan jangka panjang. Nilai perusahaan diukur dengan Price Book Value (PBV), rasio ini merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya mempunyai rasio PBV di atas

satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (Wardjono, 2010).

Indikator Price Book Value (PBV) dipilih untuk digunakan sebagai rasio pengukur nilai perusahaan karena PBV menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, semakin tinggi rasio tersebut semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham, dengan mengetahui rasio PBV, investor bisa mengidentifikasi saham mana yang harganya wajar, undervalued, dan overvalued.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu rasio aktivitas, leverage dan profitabilitas. Total Asset Turnover (TATO) merupakan salah satu rasio aktivitas. Menurut (Misran & Chabachib, 2017) Total Asset Turnover adalah hasil bagi dari penjualan dengan total aset selama periode tertentu. Semakin tinggi nilai rasio ini maka semakin efektif pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

Selain memperhatikan nilai perusahaan, yang harus diperhatikan perusahaan adalah Leverage. Leverage yang termasuk dalam rasio solvabilitas berkaitan dengan manajemen utang yaitu “mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mendanai aset dengan utang dan dapat diukur dengan Debt to Asset Ratio (DAR)” (Pasando et al., 2018). Utang merupakan instrumen yang sangat sensitif terhadap perubahan nilai perusahaan. Semakin tinggi Debt to Asset Ratio maka semakin besar resiko yang akan dihadapi oleh perusahaan, sebaliknya semakin

rendah Debt to Asset Ratio maka semakin rendah resiko sehingga perusahaan dianggap mampu memberikan kepercayaan kepada investor.

Perusahaan memiliki berbagai macam sektor, salah satunya perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dengan ini persaingan antar perusahaan semakin ketat, hal ini dikarenakan perusahaan yang memproduksi barang konsumsi nantinya akan semakin bertambah seiring berjalannya tahun. Semakin banyak perusahaan yang bersaing maka setiap perusahaan saling berlomba-lomba untuk saling meningkatkan kinerja perusahaan dengan strateginya masing-masing. Tujuan utama dalam membentuk strategi perusahaan adalah agar mampu bersaing dengan perusahaan manufaktur lainnya.

Jika dilihat dari sisi pertumbuhan ekonomi, dunia sedang membicarakan perekonomiannya. Menurut berita yang beredar, salah satunya pada media cetak koran jawapos menjelaskan bahwa Indonesia baru saja mengadakan G20 atau Grup of Twenty, dimana G20 membahas mengenai perekonomian dengan tujuan mewujudkan pertumbuhan global yang kuat, berkelanjutan, seimbang, dan intelektual. Indonesia saat ini telah mengalami perkembangan perekonomian yang cukup pesat, salah satunya dari faktor bahan pokok. Hal ini didukung dengan semakin banyaknya populasi penduduk di dunia maka akan semakin tinggi juga tingkat permintaan kebutuhan pokok yang dibutuhkan. Kebutuhan pokok selain pakaian dan tempat tinggal terdapat kebutuhan pangan yang setiap harinya harus terpenuhi.

Dapat disimpulkan jika jumlah permintaan konsumen terkait produk yang dihasilkan dari perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan

rumah tangga semakin lama semakin meningkat. Tidak menutup kemungkinan jika nantinya perusahaan manufaktur akan semakin bertambah di setiap tahunnya. Perusahaan manufaktur banyak diminati oleh pengusaha dikarenakan memiliki peluang dengan tingkat yang cukup tinggi dalam usahanya karena dapat menjadikan prospek kerja yang baik nantinya. Hal ini didukung dengan adanya data yang terlampir pada website resmi BEI yang memberikan data bahwa perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga termasuk kedalam 10 besar pembelian saham terbanyak hingga saat ini.

Seiring perkembangan zaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian kaum wanita. Tentu saja hal ini memberikan peluang bagi industri kosmetik di Indonesia, sehingga banyak bermunculan produk baru dipasaran yang dapat menimbulkan persaingan cukup ketat. Industri kosmetik dalam negeri mendapat tantangan dengan peredaran produk kosmetik impor di pasar domestik.

Kosmetik dan barang keperluan rumah tangga sendiri mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia. Perkembangan industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga di Indonesia yang terus meningkat menyebabkan perusahaan ini bisa dibilang memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan dan memiliki peluang investasi yang bagus. Hal ini juga didukung dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia, sehingga permintaan akan produk kosmetik dan barang keperluan rumah tangga juga semakin meningkat serta peluang tren kosmetik halal yang mulai berkembang pesat di Indonesia. Perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia saat ini sebanyak 12 perusahaan.

Perubahan harga saham dapat dialami baik dengan harga positif maupun negatif, harga saham yang bersifat fluktuatif sering digunakan oleh investor dalam mendapatkan laba dari adanya proses jual dan beli secara jangka pendek atau cepat instrument keuangan tersebut (Ibadhi, 2016). Suatu harga saham dapat memberikan gambaran nilai perusahaan tersebut. Semakin baik nilai perusahaan maka semakin besar peminat investor untuk investasi di perusahaan tersebut. Untuk melihat bagaimana perkembangan TATO, DAR dan PBV Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Perkembangan TATO, DAR dan PBV Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Terdaftar di BEI Tahun 2019-2023

Tahun	TATO	Perkembangan (%)	DAR	Perkembangan (%)	PBV	Perkembangan (%)
2019	10,46	-	5,29	-	68,93	-
2020	9,11	-12,94	5,14	-2,87	67,15	-2,59
2021	9,21	1,14	4,63	-9,77	49,06	-26,94
2022	9,31	1,06	4,86	4,77	57,92	18,05
2023	9,13	-1,93	4,39	-9,63	51,83	-10,51
Rata-Rata	9,45	-3,16	4,86	-4,38	58,98	-5,50

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perkembangan TATO Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2019-2023 mengalami penurunan setiap tahunnya sebesar -3,16 persen. Kemudian perkembangan DAR pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2019-2023 mengalami penurunan setiap tahunnya sebesar -4,38 persen. Sedangkan perkembangan PBV pada Perusahaan Subsektor

Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2019-2023 juga mengalami penurunan setiap tahunnya sebesar -5,5 persen.

Berdasarkan penelitian (Pasando et al., 2018) dengan hasil penelitiannya “Debt to Asset Ratio (DAR) dan Total Asset Turnover (TATO) berpengaruh positif terhadap Price Book Value (PBV)”. Sedangkan, dalam penelitian (Sudaryo et al., 2020) dan (Zakaria, 2020) “Total Asset Turnover (TATO) dan Debt to Asset Ratio (DAR) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Price Book Value (PBV)”.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan ini dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Total Asset Turnover (TATO) dan Debt to Asset Ratio (DAR) Terhadap Price Book Value (PBV) Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di BEI tahun 2019-2023”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Total Asset Turnover (TATO) dan Debt to Asset Ratio (DAR) secara simultan terhadap Price Book Value (PBV) pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di BEI tahun 2019-2023 ?
2. Bagaimana pengaruh Total Asset Turnover (TATO) dan Debt to Asset Ratio (DAR) secara parsial terhadap Price Book Value (PBV) pada

Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di BEI tahun 2019-2023 ?

3. Faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap Price Book Value (PBV) pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di BEI tahun 2019-2023 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dirumuskan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Total Asset Turnover (TATO) dan Debt to Asset Ratio (DAR) secara simultan terhadap Price Book Value (PBV) pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di BEI tahun 2019-2023.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Total Asset Turnover (TATO) dan Debt to Asset Ratio (DAR) secara parsial terhadap Price Book Value (PBV) pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di BEI tahun 2019-2023.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap Price Book Value (PBV) pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di BEI tahun 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Price Book Value (PBV).
- b. Menjadi salah satu referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam memahami pengaruh faktor-faktor terhadap Price Book Value (PBV) pada perusahaan .

3. Bagi Investor

Membantu para investor dalam memprediksi harga saham serta menambah informasi untuk pertimbangan dalam meningkatkan Price Book Value (PBV).

4. Bagi Pengusaha

Mengetahui dan memahami motif investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan sehingga manajemen perusahaan dapat menyusun strategi perusahaan untuk menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

