

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perusahaan *go public* memiliki tujuan tidak hanya untuk mencari keuntungan semata namun juga untuk meningkatkan kesejahteraan investor melalui pengoptimalan nilai perusahaan. Nilai perusahaan selalu dihubungkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham suatu emiten maka menjadi bukti bahwa investor juga memberikan penilaian yang tinggi terhadap emiten tersebut atas prestasi kerjanya. Maksudnya jika kinerja perusahaan bagus maka akan semakin banyak investor yang berminat terhadap saham perusahaan tersebut, sehingga harga sahamnya semakin tinggi dan kesejahteraan investor juga tentunya ikut meningkat bisa diukur dari imbal hasil yang diterima atas investasi yang dilakukan. Jadi nilai perusahaan adalah penilaian yang diberikan oleh para pemilik modal untuk perusahaan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki manajemen dalam mengatur sumber daya yang ada. Nilai perusahaan memberikan pengaruh bagi investor maupun emiten itu sendiri. Bagi investor, nilai perusahaan yang tinggi memberikan dampak positif yaitu investor akan mendapatkan imbal hasil berupa *capital gain* ataupun dividen yang tinggi. Sedangkan bagi perusahaan, tingkat reputasi dan kepercayaan investor terhadap perusahaan juga semakin tinggi karena dinilai mampu mengelola sumber daya dengan baik sehingga dapat memberikan *return* untuk investor. Dengan demikian perusahaan juga akan lebih cepat untuk mendapatkan modal dari investor.

Industri yang mudah untuk mendapatkan dana dari investor salah satunya adalah industri barang konsumsi. Industri ini masih menjadi tempat favorit investor untuk menanamkan modalnya, karena sahamnya masih menawarkan potensi kenaikan.

Beatrix Apriani Kopong, 2021

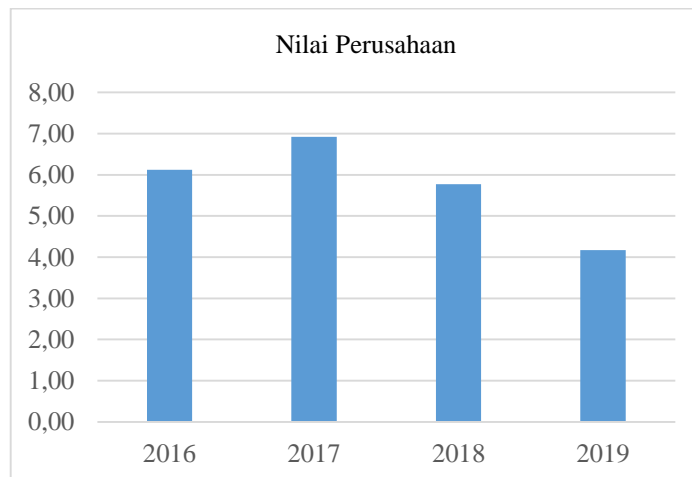
ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Industri barang konsumsi ini tergolong industri manufaktur yang ada di BEI. Industri konsumsi bersifat non siklikal artinya memiliki kondisi yang lebih stabil, kelancaran produknya terjamin dan tidak terpengaruh oleh musim atau perubahan kondisi ekonomi negara dikarenakan sektor ini menghasilkan lebih banyak produk kebutuhan pokok manusia sehingga selalu dibutuhkan. Oleh karena itu industri ini memiliki kontribusi yang besar bagi pendapatan negara Indonesia.

Dapat dibuktikan melalui data dari BPS Indonesia bahwa industri barang konsumsi selalu memberikan sumbangsih terbesar terhadap PDB Indonesia yakni tahun 2017 pada kuartal III sebesar 55,68%, tahun 2018 pada kuartal IV sebesar 56,01%, dan tahun 2019 sebesar 56,82%. Menurut Menteri Perindustrian, sektor konsumsi ini memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia dan menurut beliau industri ini dinilai memiliki potensi pertumbuhan yang juga signifikan karena *disupport* oleh banyaknya permintaan domestic terhadap produk konsumtif dan sumber daya alam yang melimpah. Hal ini menjadikan para produsen memiliki tingkat percaya diri dan optimis untuk meningkatkan investasi dan melakukan pengembangan pasar guna memenuhi permintaan pasar, baik ekspor maupun import. Sehingga tingkat penjualan pada sektor ini sangat tinggi yang seharusnya memberikan pengaruh juga terhadap nilai perusahaan. Tetapi nyatanya dari tahun 2017-2019 nilai perusahaan sektor ini mengalami penurunan.



Sumber: www.idx.co.id

Gambar 1. Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Beatrix Apriani Kopong, 2021

ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Gambar 1 menjelaskan bahwa secara keseluruhan perusahaan yang ada di sub sektor ini di tahun 2017 rata-rata nilai perusahaan sebesar 6.9192 atau meningkat 0.79 bila dibandingkan dengan tahun 2016. Tahun 2018 rata-rata nilai perusahaan sebesar 5.7719 atau menurun 1.15 jika dibandingkan dengan tahun 2017. Pada tahun 2019 nilai perusahaannya sebesar 4.1688 atau menurun 1.60 jika dibandingkan dengan tahun 2018. Apabila dilihat dari total perusahaannya maka tahun 2017 terdapat 23 perusahaan atau sebesar 57.5% yang mengalami penurunan nilai perusahaan. Tahun 2018 ada 27 perusahaan atau sebesar 67.5% yang mengalami penurunan nilai perusahaan. Tahun 2019 ada 26 perusahaan atau sebesar 65% yang mengalami penurunan nilai perusahaan. Berdasarkan data secara keseluruhan hampir sebagian besar perusahaan di sektor ini mengalami penurunan pada nilai perusahaannya. Jika hal ini terus terjadi, maka akan memberikan efek buruk bagi perusahaan itu sendiri, karena investor akan beranggapan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang kurang maksimal sehingga saham tersebut semakin tidak menarik untuk diinvestasikan karena tidak bisa memberikan *return* yang tinggi kepada investor sehingga perusahaan juga semakin kesulitan untuk mendapatkan sumber dan baik dari internal maupun eksternal.

Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya profitabilitas yang didapat perusahaan, ukuran dari suatu perusahaan, dan kebijakan utang yang diambil oleh perusahaan. Profitabilitas yaitu cerminan dari tingkat keberhasilan manajemen menghasilkan laba untuk perusahaan. Semakin tinggi profit perusahaan maka semakin banyak investor yang berminat terhadap sahamnya, sehingga harga sahamnya juga semakin tinggi. Dengan demikian nilai perusahaan juga akan meningkat (Febriana., Pinem., & Fadhila, 2020).

Selain itu, informasi terkait kecil besarnya ukuran suatu perusahaan yang dihitung dari total aset menjadi sinyal bagi investor karena mereka bisa mengetahui kondisi dari perusahaan untuk kedepannya dalam keadaan baik atau buruk. Semakin besar ukuran suatu emiten, menunjukkan semakin baik pula kondisi emiten tersebut. Kondisi seperti ini yang membuat investor cenderung lebih suka untuk berinvestasi karena dianggap lebih mampu untuk mengelola dana perusahaannya sehingga nilai

Beatrix Apriani Kopong, 2021

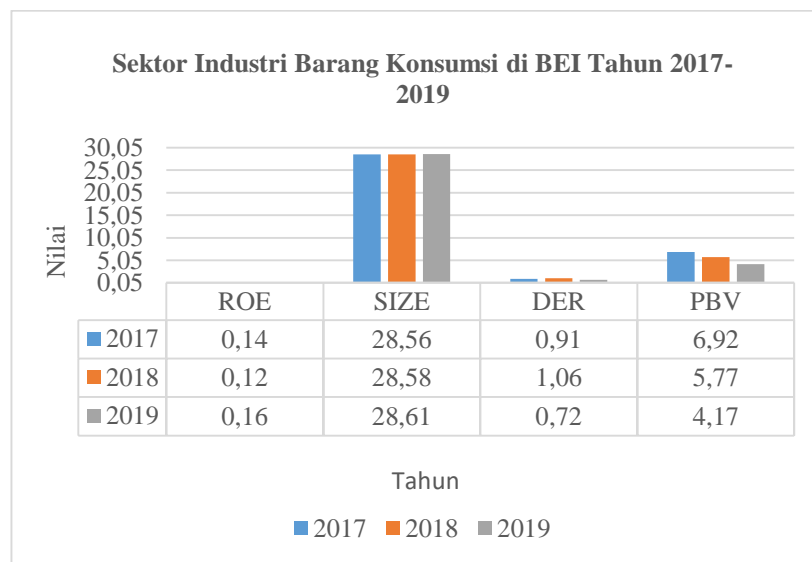
ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

perusahaan juga semakin tinggi di mata investor (Rachmawati & Pinem, 2015) Kemudian dalam menjalankan kegiatan operasional, tentunya perusahaan membutuhkan sumber modal. Sumber modal bisa didapat dari internal juga eksternal. Industri barang konsumsi juga membutuhkan dana eksternal dari utang untuk membantu meningkatkan kinerja perusahaannya. Menurut Bandanuji & Khoiruddin (2020) semakin banyak utang maka semakin banyak modal si emiten untuk mengembangkan usahanya, sehingga laba yang didapat investor juga akan tinggi. Dengan demikian investor semakin berminat untuk membeli sahamnya sehingga nilai dari perusahaannya juga semakin meningkat. Hal ini dapat *disupport* dengan berita dari **CNN Indonesia** diungkapkan bahwa perusahaan manufaktur termasuk sub sektor industri barang konsumsi membutuhkan dana eksternal lebih banyak untuk membantu meningkatkan kinerja perusahaan karena sub sektor ini memiliki kontribusi yang besar dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Berikut grafik rata-rata ROE, SIZE, DER, dan PBV dari perusahaan yang ada di industri barang konsumsi periode 2017-2019



Sumber: www.idx.co.id

Gambar 2. Rata-rata nilai profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan utang dan nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi di BEI

Gambar 2 menjelaskan bahwa adanya hubungan yang tidak konsisten antara profit dengan nilai perusahaan di tahun 2018-2019 karena berdasarkan data di atas nilai ROE meningkat 0.04 sementara nilai PBV menurun sebesar 1.60. Data seperti ini tidak sependapat dengan teori yang mengungkapkan bahwa jika profit meningkat maka nilai perusahaan juga ikut meningkat. Profit menjadi salah satu sinyal positif yang disampaikan perusahaan kepada investor. Investor lebih suka menanamkan modalnya di perusahaan yang labanya tinggi karena dianggap mampu untuk memberikan dividen yang tinggi juga bagi mereka. Sehingga banyak investor yang minat terhadap saham tersebut. Dengan demikian membuat nilai perusahaan juga semakin meningkat. Hasil penelitian dari Nabighah (2020), Glory, J., Yetty (2020), Putri., at al (2020), Sari & Ardiansari (2019), F., & Triwahyuningtyas (2020), dan Febriana, M. S., at al (2020) bahwa profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh positif. Namun berbeda dengan hasil penelitian Nabila, N., at al (2020) & Sasmita, F., at al (2020) bahwa profitabilitas dengan nilai perusahaan keduanya tidak memiliki pengaruh.

Gambar 2 juga menjelaskan bahwa adanya hubungan yang tidak konsisten antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan di tahun 2017-2019 karena berdasarkan data di atas nilai SIZE meningkat sebesar 0.05 sementara nilai PBV menurun 2.75. Data seperti ini tidak sependapat dengan teori yang menerangkan bahwa penjelasan terkait ukuran perusahaan yang dihitung dengan total aset menjadi sinyal positif untuk investor. Karena investor beranggapan bahwa perusahaan mampu mengatur keuangannya dengan baik sehingga nilai perusahaan juga semakin tinggi di mata investor. Hasil penelitian dari Putra & Lestari (2016), Sondakh (2019), Rachmawati & Pinem (2015) dan Anggraeni & Musaroh (2018), bahwa ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki positif. Namun berbeda dengan hasil penelitian Nabila, N., at al (2020) & Fatimah, S., at al (2020) bahwa ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan keduanya tidak memiliki pengaruh.

Kemudian, gambar di atas juga menjelaskan bahwa adanya hubungan yang tidak konsisten antara kebijakan utang dengan nilai perusahaan di tahun 2017-2018 karena berdasarkan data di atas nilai DER meningkat sebesar 0.15 sementara nilai PBV

menurun sebesar 1.15. Data seperti ini tidak sependapat dengan teori yang mengungkapkan bahwa jika utang meningkat berarti nilai perusahaan juga ikut meningkat, karena perusahaan yang memiliki banyak utang dianggap memiliki prospek yang baik sehingga banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang berminat akan membuat nilai perusahaan juga semakin meningkat. Data di atas juga tidak sependapat dengan teori struktur modal MM yang menjelaskan bahwa perusahaan yang utangnya meningkat, maka nilai perusahaannya juga akan lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang tidak berutang, karena utang dapat menghemat pajak sehingga investor semakin tertarik dengan saham perusahaan tersebut, karena dinilai bahwa keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat diminimalisir untuk membayar pajak yang tinggi. Hasil penelitian dari Rahman, A., et al (2015) & Bandanuji & Khoiruddin (2020) bahwa kebijakan utang terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh positif. Namun berbeda dengan penelitian Sinaga et al (2019) & Palupi & Hendiarto (2018) bahwa kebijakan utang terhadap nilai perusahaan keduanya tidak memiliki pengaruh.

Berdasarkan data dan penjelasan di atas, maka ditemukan adanya *gap* antara harapan dan kenyataan yang terjadi pada nilai perusahaan sub sektor industri konsumsi ini. Selain itu, dengan menganalisis grafik di atas ditemukan pula bahwa ada *gap* antara teori dengan data serta adanya *gap result* dari beberapa hasil penelitian terdahulu terkait nilai perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut yang membahas mengenai nilai perusahaan dengan judul “**Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI**”

I.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diungkapkan, maka rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh dengan nilai perusahaan sub sektor industri barang konsumsi?

Beatrix Apriani Kopong, 2021

ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- b. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh dengan nilai perusahaan sub sektor industri barang konsumsi?
- c. Apakah kebijakan utang memiliki pengaruh dengan nilai perusahaan sub sektor industri barang konsumsi?

I.3 Tujuan Penelitian

Setelah adanya permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yakni:

- a. Untuk mengetahui sekaligus menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- b. Untuk mengetahui sekaligus menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
- c. Untuk mengetahui sekaligus menganalisis pengaruh kebijakan utang terhadap nilai perusahaan.

I.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat yakni:

- a. Aspek Teoritis
 - 1) Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian dengan topik yang sama di waktu yang akan datang.
 - 2) Bagi Pembaca, untuk menambah ilmu tentang nilai perusahaan terutama pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI.
- b. Aspek Praktis
 - 1) Bagi manajemen, hasil penelitian ini bisa menjadi masukan terkait kebijakan yang akan diambil untuk memaksimalkan nilai perusahaan.
 - 2) Bagi investor, sebagai sarana untuk menambah wawasan dalam berinvestasi di industri barang konsumsi.