

BAB I

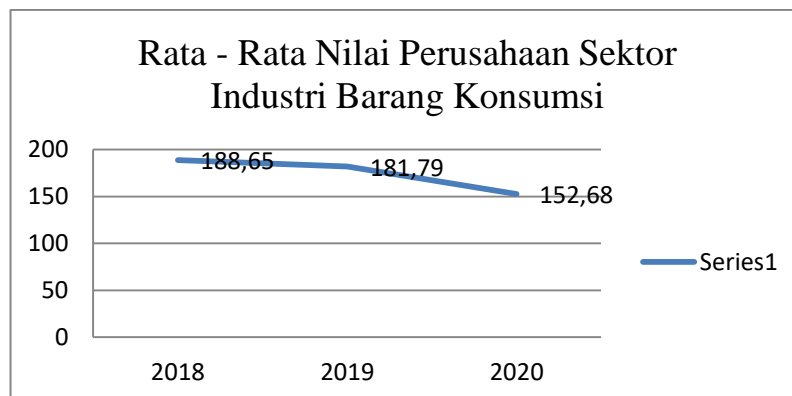
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada dunia bisnis dan ekonomi yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk menjadi lebih kreatif dan mengikuti perkembangan zaman maupun teknologi. Dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi dapat mendukung kegiatan perusahaan menjadi lebih produktif sehingga, produktivitas perusahaan akan meningkat dan perusahaan dapat bersaing di dunia bisnis. Daya saing yang terjadi antar perusahaan semakin lama menjadi sengit dalam berbagai pasar domestic hingga pasar internasional. Perusahaan yang bergerak diantara sektor pun saling bersaing untuk menjadi yang terbaik dan dapat bertahan diantara sektor yang lain, termasuk sektor industri barang konsumsi.

Sektor barang konsumsi termasuk sektor yang penting karena produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan dan menjadi kebutuhan mendasar bagi konsumen, seperti makanan, minuman, dan obat. Industri barang konsumsi menopang sebagian besar pertumbuhan ekonomi Indonesia dan industri barang konsumsi kebal terhadap dampak kemunduran ekonomi. Prospek industri barang konsumsi yang menguntungkan membuat investor terdorong untuk melakukan investasi. Dalam melakukan investasi pada satu perusahaan, investor melihat nilai perusahaan tersebut sebagai bahan pertimbangan.

Nilai perusahaan ialah hal yang dilihat investor sebelum melakukan keputusan investasi karena kinerja perusahaan dalam mengelola perusahaan tercermin dalam nilai perusahaan. Sehingga, tujuan perusahaan ialah memaksimalkan nilai perusahaan. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan melakukan usaha dengan mencari keuntungan yang tinggi untuk memastikan kesinambungan hidup perusahaan dan melakukan pengembalian yang menguntungkan bagi para pemilik perusahaan.



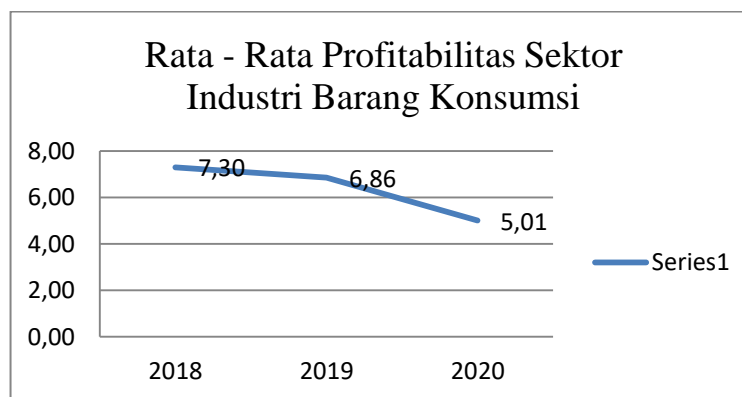
Sumber : www.idx.co.id (Data diolah, 2021)

Gambar 1. Grafik Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Periode 2018 – 2020

Dalam gambar 1 diketahui rata – rata nilai perusahaan pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 terjadinya penurunan. Jika berlangsung penurunan nilai perusahaan dalam jangka panjang dapat berakibat buruk bagi perusahaan, perusahaan dapat direspon negatif oleh investor dan investor akan mempertimbangkan kembali keputusan investasinya karena perusahaan dianggap tidak memberikan keuntungan atau *return* yang diharapkan. Pada tahun 2018 terjadi penurunan pada 52% perusahaan sektor industri barang konsumsi. Kemudian, pada tahun 2019 terjadi penurunan pada 59% dan pada tahun 2020, penurunan terjadi pada 62% perusahaan.

Hal ini terjadi dikarenakan pandemik covid-19 yang membuat nilai perusahaan menurun. Kemudian, persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif dan melibatkan berbagai merek dalam negeri maupun luar negeri turut memperlambat pertumbuhan industri (Taslim & Tanusdjaja, 2019). Terjadinya penurunan pada nilai perusahaan ini menandakan bahwa kinerja perusahaan menurun atau dalam kondisi yang kurang maksimal. Terdapat beberapa indikator yang menyebabkan terjadinya kenaikan ataupun penurunan dari nilai perusahaan. Menurut (Lubis et al., 2017) indikator yang secara teoretis menentukan nilai perusahaan adalah profitabilitas, yaitu keberhasilan perusahaan ketika mendapatkan keuntungan dari kegiatan yang dilaksanakan dalam suatu periode yang sudah ditentukan. Perusahaan membuktikan kinerja dan keuntungan yang

menjajikan melalui profitablitas yang tinggi sehingga, akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

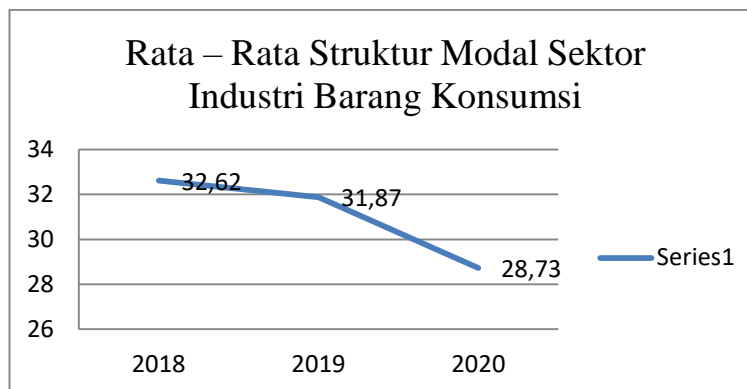


Sumber : www.idx.co.id (Data diolah, 2021)

Gambar 2. Grafik Rata-Rata Profitabilitas Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2018 – 2020

Dalam gambar grafik tersebut menunjukkan tahun 2018 dari 48 perusahaan penurunan profitabilitas terjadi pada 56% perusahaan. Kemudian, pada tahun 2019 terjadi penurunan pada 54% perusahaan dan pada tahun 2020 terjadi penurunan pada 42% perusahaan, penurunan profitabilitas pada tahun 2018 hingga 2020 diiringi dengan menurunnya nilai perusahaan pada tahun tersebut. Hal tersebut didukung penelitian (Sucuahi & Cambarihan, 2016), (Sugosha & Artini, 2020), dan (Tui et al., 2017) mengemukakan profitabilitas memiliki pengaruh dalam nilai perusahaan. Namun, tidak sesuai dalam penelitian (Manoppo & Arie, 2016) dan (Wulandari et al., 2020) mengatakan jika profitabilitas tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan.

Meningkatnya nilai perusahaan berlangsung karena hadirnya partisipasi manajemen dan keterlibatan berbagai pihak dalam merealisasikan kepurusan pendanaan perusahaan (Lubis et al., 2017). Struktur modal ialah rasio antara hutang dibandingkan modal sendiri, seperti laba ditahan serta penyertaan kepemilikan. Dengan adanya hutang yang besar perusahaan memiliki kesempatan mendapat laba yang besar namun, risiko kerugian juga lebih besar. Manajemen diharapkan dapat mengimbangkan antara *return* yang tinggi dengan risiko yang dihadapi (Kasmir, 2014).

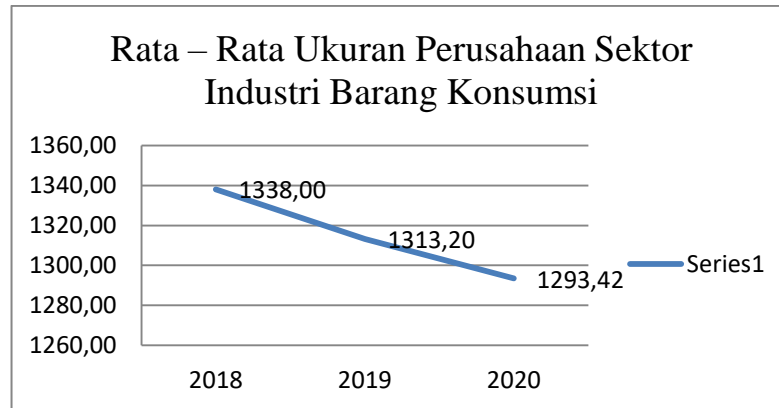


Sumber : www.idx.co.id (Data diolah, 2021)

Gambar 3. Grafik Rata – Rata Struktur Modal Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2018 – 2020

Pada gambar grafik diatas, struktur modal mengalami penurunan secara terus - menerus, pada tahun 2018 dari 48 perusahaan penurunan struktur modal terjadi pada 38% perusahaan. Kemudian, pada tahun 2019 penurunan terjadi pada 40% perusahaan dan pada tahun 2020 penurunan struktur modal terjadi pada 42% perusahaan, penurunan struktur modal pada tahun 2018 hingga 2020 diiringi dengan menurunnya nilai perusahaan pada tahun tersebut. Hal ini didukung penelitian (Rehman, 2016), (Hirdinis, 2019), dan (Wulandari et al., 2020) menjelaskan struktur modal mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Namun, belum sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan (Setiadharna & Machali, 2017) serta (Lubis et al., 2017) yang menyatakan struktur modal tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

Selain profitabilitas serta struktur modal, menurut (Glory et al., 2020) ukuran perusahaan dapat menjadi indikator yang memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan ialah ukuran yang bisa mencerminkan kondisi kecil maupun besarnya sebuah perusahaan. Apabila makin tinggi ukuran perusahaan, dapat dipastikan nilai perusahaan makin tinggi karena perusahaan yang sudah mapan dapat meningkatkan keyakinan pemegang saham pada besaran hasil investasi dan perusahaan besar dipercaya mempunyai keadaan yang lebih kuat (Arafah et al., 2021).



Sumber : www.idx.co.id (Data diolah, 2021)

Gambar 4. Grafik Rata – Rata Ukuran Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2018 – 2020

Dalam gambar grafik tersebut, pada tahun 2019 dari 48 perusahaan penurunan ukuran perusahaan terjadi pada 30% perusahaan. Kemudian pada tahun 2020 penurunan terjadi di 32% perusahaan. Hal tersebut didukung penelitian (Dewi & Abudanti, 2019), (Bariyyah et al., 2019), dan (Riny, 2018) yang berpendapat ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Namun, tidak sesuai dalam penelitian (Sugosha & Artini, 2020) dan (Pardiastuti et al., 2020) yang berpendapat ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

Berlandaskan atas fenomena tersebut sudah dijelaskan serta pembandingan hasil penelitian yang berbeda pada penelitian terdahulu, peneliti memiliki ketertarikan membahas pengaruh ukuran perusahaan, struktur modal, serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti mengambil judul **“Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi”**.

I.2 Perumusan Masalah

Pada latar belakang permasalahan yang sudah dijabarkan di atas, oleh sebab itu rumusan permasalahannya ialah:

1. Apakah profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi?

2. Apakah struktur modal mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi?
3. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi?

I.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan atas perumusan masalah dapat ditetapkan tujuan penelitian ialah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.

I.4 Manfaat Penelitian

Berlandaskan atas tujuan penelitian yang sudah disebutkan, manfaat yang mampu diberikan pada penelitian ini, yakni :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk meneliti tentang nilai perusahaan bagi peneliti yang akan datang dan mampu meningkatkan wawasan tentang nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- 1) Untuk Investor, penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketika melaksanakan pengambilan sebuah keputusan investasi
- 2) Untuk Perusahaan, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mengelola profitabilitas, struktur modal, serta ukuran perusahaan secara tepat untuk memaksimalkan nilai perusahaan.