

BAB I

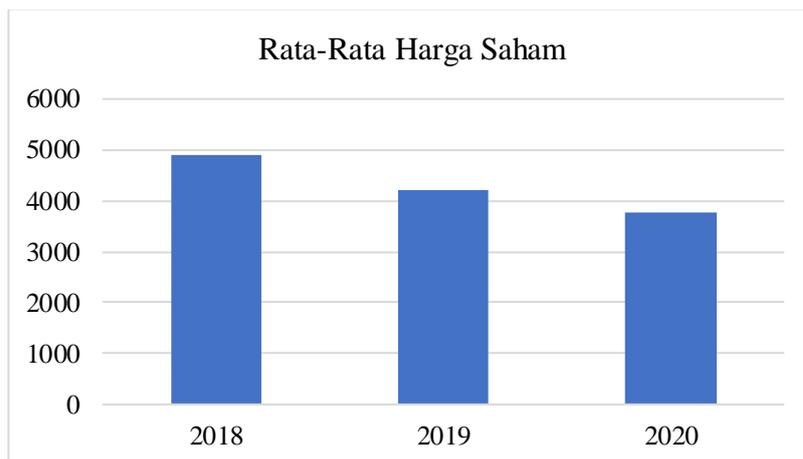
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perusahaan sendiri ialah suatu unit kegiatan bisnis yang dalam kegiatan operasionalnya bertujuan untuk menciptakan keuntungan dari kegiatan yang mereka lakukan. Perusahaan sendiri merupakan suatu wadah untuk berkumpulnya mulai dari sumber daya manusia, modal, maupun kewirausahaan yang akan ditujukan dalam melakukan kegiatan bisnis sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan dalam mendapat keuntungan.

Setiap perusahaan yang ada tentu memiliki tujuan yang hampir sama yakni mendapatkan laba dari kegiatan operasionalnya, namun selain mencapai tujuan perusahaan dengan mendapatkan laba dari kegiatan bisnisnya perusahaan juga memiliki tujuan dalam jangka panjang yakni setiap perusahaan berharap dapat bertahan dalam memasuki persaingan bisnis serta selalu berkembang dan bertumbuh agar nilai dari perusahaan tersebut mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan peningkatan nilai perusahaan, maka hal ini akan dapat menciptakan kepuasan pada setiap *stakeholder* kedepannya.

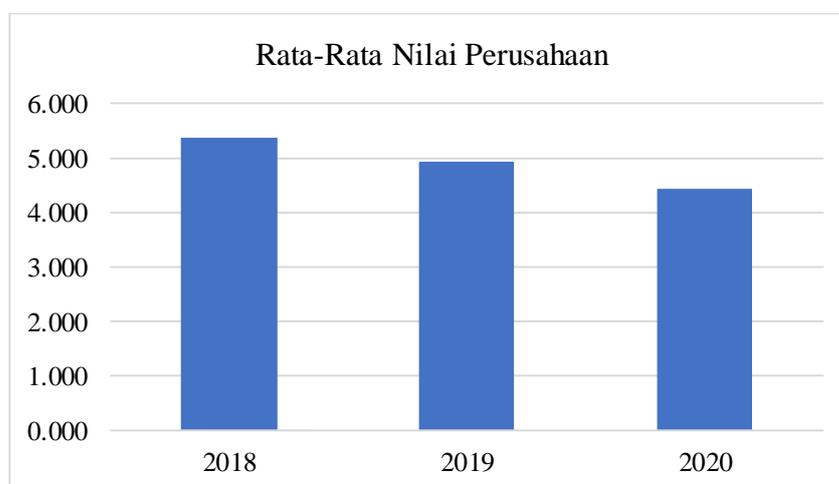
Perusahaan barang konsumen primer sendiri merupakan suatu perusahaan yang melakukan kegiatan produksi serta melakukan pendistribusian produk mereka kepada calon konsumen, barang konsumen primer merupakan barang yang bersifat anti-siklis atau barang kebutuhan dasar sehingga permintaan terhadap produk ini tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (Hardjoeno, 2021 hlm. 508). Beberapa industri yang termasuk dalam sektor barang konsumen sendiri ialah industri makanan dan minuman, keperluan rumah tangga, farmasi, rokok, perawatan tubuh, serta supermarket. Perusahaan yang bergerak pada bidang ini memproduksi barang kebutuhan masyarakat khususnya makanan dan minuman serta obat-obatan, namun berdasarkan data yang telah diperoleh baik rata-rata harga saham maupun nilai perusahaan menunjukkan nilai yang mengalami penurunan setiap tahunnya.



Sumber : *finance.yahoo.com* (data diolah)

Gambar 1. Grafik Rata-Rata Harga Saham

Berdasarkan informasi yang telah didapat dari *website* *finance.yahoo.com* maka telah mengindikasikan bahwa rata-rata harga saham perusahaan sektor barang konsumen primer mengalami kondisi yang tidak pasti dimana ditahun 2018 rata-rata harga saham yakni sejumlah 4.896,69 kemudian mengalami penurunan di tahun 2019 sejumlah 676,99 sehingga rata-rata harga saham pada tahun 2019 menjadi 4.219,70. Serta pada tahun 2020 rata-rata harga saham perusahaan sektor barang konsumen primer mengalami penurunan kembali sebesar 455,94 dan besaran rata-rata harga saham perusahaan sektor barang konsumen primer ditahun 2020 menjadi 3.763,76.



Sumber : *idx.co.id* (data diolah)

Gambar 2. Grafik Rata-Rata Nilai Perusahaan

Berdasarkan informasi yang telah didapat dari *website* *idx.co.id* maka telah menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan sektor barang konsumen

primer yang yang ditunjukkan melalui *price to book value*, mengalami kondisi yang tidak pasti dan mengalami penurunan di setiap tahunnya periode 2018 hingga 2020. Pada tahun 2018 rata-rata PBV sebesar 5.379 mengalami penurunan ditahun 2019 yakni sebesar 0.439, sehingga rata-rata PBV perusahaan sektor barang konsumen primer menjadi sebesar 4.940. Kemudian pada tahun 2020 rata-rata PBV yakni turun sebesar 0.505 dibandingkan rata-rata PBV tahun 2019, sehingga rata-rata PBV tahun 2020 menjadi 4.435. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan mengalami hal yang tak pasti dimana nilai perusahaan dapat terjadi perubahan di setiap periode yang berbeda.

Dengan kondisi ketidakpastian ini maka dalam menilai kemampuan atau performa perusahaan perlu dilakukan analisis melalui laporan keuangan perusahaan sehingga baik atau buruknya performa perusahaan dapat diketahui melalui analisis kinerja keuangan yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perseroan. Kinerja keuangan merupakan suatu kegiatan yang melakukan analisis guna melihat bagaimana kemampuan atau performa perusahaan dalam menggunakan keuangan secara efektif dan efisien (Hutabarat, 2020 hlm. 2). Dengan melakukan analisis untuk menilai kinerja keuangan maka perusahaan dapat memastikan apakah kinerja dalam periode tertentu telah mencapai target yang ditentukan. Analisis kinerja keuangan sendiri dapat dilakukan melalui rasio keuangan. Rasio keuangan sendiri yakni sebuah rasio yang berhubungan antara satu variabel dengan variabel lain yang terletak pada laporan keuangan perusahaan. Dengan rasio keuangan maka akan akan menjelaskan keadaan keuangan perseroan juga dapat membantu proses pengambilan keputusan mengenai kegiatan bisnis perusahaan (Kariyoto, 2017 hlm. 1). Pada dasarnya rasio keuangan sendiri terdiri dari beberapa rasio, yakni rasio profitabilitas, rasio *leverage*, rasio aktivitas, rasio likuiditas serta rasio nilai pasar.

Rasio profitabilitas ialah suatu rasio yang dapat dipakai guna memperkirakan kapabilitas perusahaan dalam mendapatkan profit melalui kegiatan bisnis perusahaan (Aisyah et al., 2017). Dengan melakukan perhitungan pada rasio profitabilitas maka akan membantu perusahaan dalam melakukan analisis kemampuan perusahaan dalam menunjukkan tingkat hasil pengembalian

perusahaan sehingga dengan hal ini perusahaan diharapkan mampu meningkatkan profitabilitas dan menciptakan kesejahteraan bagi investor.

Rasio *leverage* ialah suatu rasio keuangan yang menilai performa perseroan dalam membayar semua kewajiban perusahaan pada periode tertentu (Aisyah et al., 2017). Dengan melakukan analisis melalui rasio ini maka perusahaan dapat mengetahui bagaimana kemampuan atau performa perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban yang perlu dipenuhi dalam tenggat waktu yang telah disepakati.

Ukuran perusahaan merupakan suatu besaran dari sebuah perusahaan dimana dapat dilihat melalui total aset atau aktiva yang ada di dalam perusahaan tersebut (Mustanda & Suwardika, 2017). Dengan semakin tinggi aktiva yang telah dimiliki oleh sebuah perseroan maka hal ini telah mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tersebut bertambah tinggi sesuai dengan aktiva yang dimiliki perseroan. Dengan semakin besar atau tingginya ukuran suatu perseroan maka dapat meningkatkan ketertarikan investor guna menempatkan dana yang mereka miliki ke dalam perusahaan.

Nilai perusahaan sendiri merupakan suatu hal mengenai perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor mengenai perusahaan dan dapat dijadikan pertimbangan dalam melakukan keputusan pendanaan terhadap suatu perusahaan. Bila suatu perseroan mempunyai nilai perusahaan yang semakin baik maka tingkat kepercayaan dari investor akan semakin baik sehingga kepuasan *stakeholder* dapat tercapai (Mustanda & Suwardika, 2017).

Nilai perusahaan sendiri bisa dipengaruhi oleh rasio keuangan seperti profitabilitas, maupun *leverage* serta ukuran perusahaan. Namun pada penelitian kali ini hal tersebut tidak selalu mengalami hal serupa dimana rasio keuangan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui tabel berikut :

Tabel 1. Data Nilai ROE, DER, SIZE, dan PBV Perusahaan Barang Konsumen
Primer Periode 2018-2020

Kode Saham	Tahun	ROE	Naik / Turun	DER	Naik / Turun	Size	Naik / Turun	PBV	Naik / Turun
	2018	0.084	-0.050	4.139	0.089	27.807	0.031	0.521	-0.007

SDPC	2019	0.033		4.228		27.839		0.514	
	2020	0.012	-0.021	4.082	-0.146	27.784	-0.055	0.578	0.064
AMRT	2018	0.111		2.684		30.730		6.452	
	2019	0.165	0.054	2.485	-0.198	30.809	0.079	5.308	-1.144
	2020	0.143	-0.023	2.401	-0.084	30.888	0.079	4.350	-0.958
MIDI	2018	0.147		3.589		29.232		2.853	
	2019	0.166	0.019	3.087	-0.502	29.239	0.006	2.715	-0.139
	2020	0.143	-0.023	3.235	0.148	29.410	0.171	3.967	1.252
RANC	2018	0.099		0.794		27.530		0.975	
	2019	0.101	0.002	0.739	-0.055	27.582	0.052	0.954	-0.021
	2020	0.140	0.039	1.423	0.684	27.908	0.326	1.253	0.299
DLTA	2018	0.263		0.186		28.052		3.429	
	2019	0.262	-0.001	0.175	-0.011	27.986	-0.066	4.486	1.057
	2020	0.121	-0.141	0.202	0.027	27.834	-0.151	3.454	-1.032
MLBI	2018	1.049		1.475		28.692		28.874	
	2019	1.050	0.001	1.528	0.053	28.695	0.003	28.498	-0.377
	2020	0.199	-0.851	1.028	-0.500	28.698	0.004	14.258	-14.239
GOOD	2018	0.171		0.692		29.069		3.013	
	2019	0.158	-0.013	0.831	0.139	29.253	0.184	2.184	-0.829
	2020	0.085	-0.073	1.270	0.440	29.514	0.261	1.755	-0.429
CPIN	2018	0.237		0.434		30.947		15.048	
	2019	0.174	-0.063	0.393	-0.041	31.002	0.055	12.443	-2.605
	2020	0.165	-0.009	0.334	-0.059	31.070	0.068	11.178	-1.265
HMSP	2018	0.383		0.318		31.473		16.526	
	2019	0.385	0.002	0.427	0.109	31.561	0.088	9.270	-7.256
	2020	0.284	-0.101	0.643	0.216	31.537	-0.024	7.838	-1.432

Sumber : *idx.co.id* (data diolah)

Berlandaskan data yang diperoleh dari tabel maka rasio profitabilitas yang ditunjukkan melalui ROE, rasio *leverage* yang ditunjukkan melalui DER, ukuran perusahaan serta nilai perusahaan yang ditunjukkan melalui PBV pada perusahaan sektor barang konsumen primer periode tahun 2018-2020 telah terjadi kondisi yang fluktuatif.

Rivan Harfianto Putra, 2022

ANALISIS DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN PRIMER DI BURSA EFEK INDONESIA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

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

Berdasarkan data yang telah diperoleh terdapat fenomena yang ditunjukkan melalui tabel seperti pada variabel profitabilitas yang ditunjukkan melalui ROE, terlihat pada tabel bahwa AMRT pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 0.054 tetapi hal ini tidak membuat peningkatan terhadap nilai perusahaan AMRT yang justru mengalami penurunan sejumlah 1.144 pada 2019. Kemudian pada 2019 MIDI mengalami penambahan ROE sejumlah 0.019 namun nilai perusahaan MIDI justru mengalami penurunan sebesar 0.139, dan ditahun 2020 MIDI mengalami penurunan ROE sebesar 0.0023 namun nilai perusahaan justru meningkat sebesar 1.252.

Untuk variabel *leverage* yang ditunjukkan melalui DER terdapat fenomena dimana SDPC mengalami peningkatan DER sebesar 0.089 di tahun 2019 dan nilai perusahaan justru mengalami penurunan sebesar 0.007. Kemudian DLTA pada 2019 mengalami penurunan DER sebesar 0.011 namun penurunan ini justru membuat nilai perusahaan meningkat sebesar 1.057, kemudian pada 2020 DLTA mengalami kenaikan DER sebesar 0.027 dan peningkatan ini justru membuat nilai perusahaan menurun sebesar 1.032.

Kemudian variabel ukuran perusahaan yang telah dilakukan pengukuran terjadi fenomena, dimana ECII di tahun 2019 mengalami kenaikan ukuran perusahaan sebesar 0.052 dan justru mengalami penurunan nilai perusahaan sebesar 0.413 di tahun 2019, kemudian pada 2020 ECII mengalami penurunan nilai perusahaan sebesar 0.064 dan nilai perusahaan ECII justru terjadi peningkatan sebesar 0.377. MLBI mengalami kenaikan ukuran perusahaan di 2019 sejumlah 0.003 serta di tahun 2020 sejumlah 0.0004 namun nilai perusahaan di tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0.377 dan 14.239 di tahun 2019 dan 2020. GOOD mengalami peningkatan ukuran sebesar 0.184 pada 2019 dan 0.261 pada 2020 namun nilai perusahaan mengalami penurunan 0.829 di tahun 2019 dan 0.429 di tahun 2020.

Apabila sebuah perusahaan mengalami peningkatan pada profitabilitas, tentu hal ini bisa mengakibatkan nilai perusahaan menjadi meningkat (Hery, 2017 hlm. 3). Dengan demikian penelitian yang dibuat oleh Agustina (2018) dari hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap variabel nilai perusahaan . Lalu penelitian yang dilakukan

Widiastuti, dkk (2021) mengemukakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bila tingkat utang perusahaan semakin membesar tentu hal ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan dan membuat nilai perusahaan meningkat. Kemudian Mustanda & Suwardika (2017) menyatakan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Widyanti & Yadnya (2020) menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran suatu perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan dimana ukuran perusahaan akan dapat membuat nilai perusahaan meningkat, sebab investor memiliki anggapan perusahaan akan mudah dalam memperoleh keuntungan (Hery, 2017 hlm. 3). Serta Astuti, dkk (2018) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan serta berbanding terbalik oleh Dewi & Abudanti (2019) yang mengungkapkan dimana ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Maka dengan adanya kesenjangan atau *gap research* pada penelitian ini untuk itu penulis terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Determinan Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer di Bursa Efek Indonesia**”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis mampu menentukan rumusan masalah pada penelitian kali ini yakni :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia ?

I.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang serta rumusan masalah mengenai penelitian kali ini maka tujuan dilakukannya penelitian kali ini yakni :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dengan melakukan penelitian kali ini, maka peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan manfaat yakni :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi manfaat sebagai suatu referensi dalam menambah wawasan maupun pengetahuan mengenai kinerja keuangan perusahaan melalui rasio keuangan baik itu rasio profitabilitas, rasio *leverage*, maupun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil pada penelitian kali ini diharapkan mampu dijadikan suatu referensi mengenai kinerja keuangan perusahaan yang kemudian membantu perusahaan dalam melakukan pertimbangan pada proses pengambilan keputusan.

- b. Bagi Investor

Penelitian kali ini diharapkan mampu dijadikan sebuah bahan pertimbangan oleh investor atau penanam modal dalam mengambil keputusan dalam investasi yang akan diberikan kepada perusahaan.

- c. Bagi Peneliti

Hasil pada penelitian yang akan dilakukan diharapkan mampu digunakan sebagai referensi pada pengembangan penelitian yang akan dilanjutkan serta mampu dijadikan sebagai bahan pembelajaran guna memperluas wawasan di masa mendatang.