

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Tak bisa dipungkiri adanya kemajuan teknologi semakin ketatnya persaingan bisnis di Indonesia. Perusahaan yang ada di Indonesia dari semua bidangnya akan selalu berupaya agar bisa jadi yang terdabik dengan cara mendorong perusahaannya dalam penyusunan strategi serta inovasi agar perlu adanya peningkatan laba serta perusahaan bisa bertahan. Selain itu perusahaan perlu adanya peningkatan laba serta kemampuan dalam pengelolaan perusahaan agar bisa mengembangkan pemelilik serta perusahaannya.

Di tahun 2021 ini, tercatat terdapat 759 perusahaan pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Sehingga dihadapkannya keputusan yang sulit oleh investor serta calon investor dalam melakkan investasi akibatnya perusahaan yang ada. Oleh karena itu, harus berhati-hatinya para investor dalam berinvestasi. Industri manufaktur merupakan sektor industri yang mengambil bagian penting terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Disampaikannya data dari BPS Indonesia industri manufaktur memberikan pengaruh besar terhadap PDB Indonesia yakni ditahun 2020 memberikan kontribusi kepada PDB nasional sebesar 20,61%. Sektor barang konsumen primer (consumer non-cyclical) ialah bagian dari salah satu industri manufaktur, dimana sektor barang konsumen primer ialah industri barang konsumsi yang Namanya telah terganti oleh karena adanya faktor perubahan BEI ditanggal 25 Januari 2021 terkait klasifikasi JASICA (*Jakarta Stock Industrial Classification*) menjadi IDX IC (*IDX-Industrial Classification*).

Pada dasarnya perusahaan memiliki tujuan yang berjangka pendek (*short term*) dan berjangka Panjang (*long term*). Pada tujuan skala short term perusahaan bertujuan untuk mendapatkan profit sebanyak-banyaknya melalui mempergunakan sumber dayanya yang terdapat dalam perusahaan. Sementara tujuan dalam skala long term bertujuan untuk memaksimalkan atau meningkatkan nilai dari suatu perusahaan (Clemen & Priyadi, 2016). Pada umumnya perusahaan yang sudah *go-public* bertujuan dalam peningkatan kesejahteraan investor dalam meningkatkan

nilai perusahaannya. Suatu aspek yang dimana perusahaannya memiliki nilai yang dapat mempengaruhi kesan dari investor terhadap perusahaan tersebut dinamakan nilai perusahaan. Adapun nilai perusahaannya bisa dihitung memakai perhitungan berdasarkan harga saham dipasar dengan agaimana bentuk harga saham perusahaannya di pasar bisa dikatakan sebagai cerminan penilaian publik terhadap kinerja keuangannya.

Pentingnya nilai perusahaan bagi suatu perusahaan, dikarenakan tingginya nilai perusahaan sama dengan tingginya tingkat kekayaan pemegang saham, dan besar harga saham akan mengakibatkan meningkatnya nilai perusahaan (Brigham, 2012). Adanya keinginan oleh pemilik perusahaan memiliki nilai perusahaannya dengan tinggi, demikian dikaenakan tingginya nilai ini bisa mengindikasikan perusahaannya menggambarkan kemampuan terkait manajemen pengelolaan kekayaan yang dimiliki perusahaan dan dengan hal tersebut juga perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pemilik perusahaan dikarenakan bisa membuktikan tingkat kemakmuran pemegang saham secara tinggi. Adanya tingkat peningkatan nilai tersebut ditunjukkan dengan prestasinya yang bersesuaian terhadap perusahaan *go-public*, hal ini dikarenakan apabila nilai perusahaan terus menerus mengalami peningkatan maka kesejahteraan pemilik juga akan terus mengalami peningkatan.

Pada manajemen keuangan memiliki suatu peran dan tujuan salah satunya ialah memaksimalkan kekayaan investor. Dalam mencapai tujuan tersebut tentunya manajemen keuangan perlu menjalankan fungsinya yakni membuat suatu keputusan atas investasi, keputusan pembiayaan dan menentukan kebijakan dividen, serta manajemen keuangan perlu berfikir bagaimana caranya untuk perusahaan meningkatkan profit. Pemahaman investor pada perusahaan berkaitan terhadap harga sahamnya ataupun dinamakan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaannya maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pemilik perusahaan, karena hal tersebut dapat membuktikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Hutang adalah pemberian utilitas ekonomi yang akan ada di kemudian hari yang dikarenakan adanya kewajiban yang sedang dimiliki perusahaan yang hendak memenuhinya melalui cara pengiriman asset atau memberikan jasa kepada perusahaan lainnya dikemudian hari akibat negosiasi bisnis sebelumnya (Pratiwi

dkk, 2017), Hutang dapat memberikan sinyal untuk investor mengenai kemampuan kondisi keuangan suatu perusahaan dimasa mendatang. Suatu pengembalian keputusan yang dilakukan manajer suatu perusahaan dengan mempertimbangkan berapa jumlah hutang yang dimana perusahaan dengan mempertimbangkan berapa jumlah hutang yang dimana perusahaan menggunakannya untuk menjadi tambahan dari pendanaannya disebut kebijakan hutang.

Dalam keputusan investasi mencakup penentuan kebijakan yang dibuat oleh manajer dalam perusahaan untuk penggunaan dana milik perusahaannya dalam bentuk suatu asset melalui suatu keinginan akan memperoleh laba atau profitnya dihari mendatang. Keputusan berinvestasi juga dapat dikatakan salah satu faktor dalam inti fungsi keuangan, karena dalam mencapai tujuannya perusahaan yang dapat membuat makmur pemegang saham diciptakan dari suatu kegiatan investasi. Maka dari itu apabila keputusan investasi semakin tinggi yang ditentukan perusahaannya maka kesempatan memperoleh tingkat pengembaliannya juga besar, dan begitupun sebaliknya. Karena dengan terdapat perusahaan yang memiliki suatu keputusan dalam berinvestasi secara baik, hal tersebut menjadi pengaruh bagi interpretasi investornya pada suatu perusahaan dan akan memberi dampak terhadap nilai perusahaan.

Pada keputusan investasi dapat dilakukan dari berbagai pihak dari sudut pandang ataupun tujuan yang berbeda. Yang pertama yaitu perusahaan, dimana perusahaan melakukan keputusan dalam berinvestasi agar keputusannya memiliki hasil keuntungan yang besar dan meningkatkan nilai perusahaan. Yang kedua yaitu kesejahteraan yang akan mereka dapatkan dari sebuah dividen atau berbentuk lainnya.

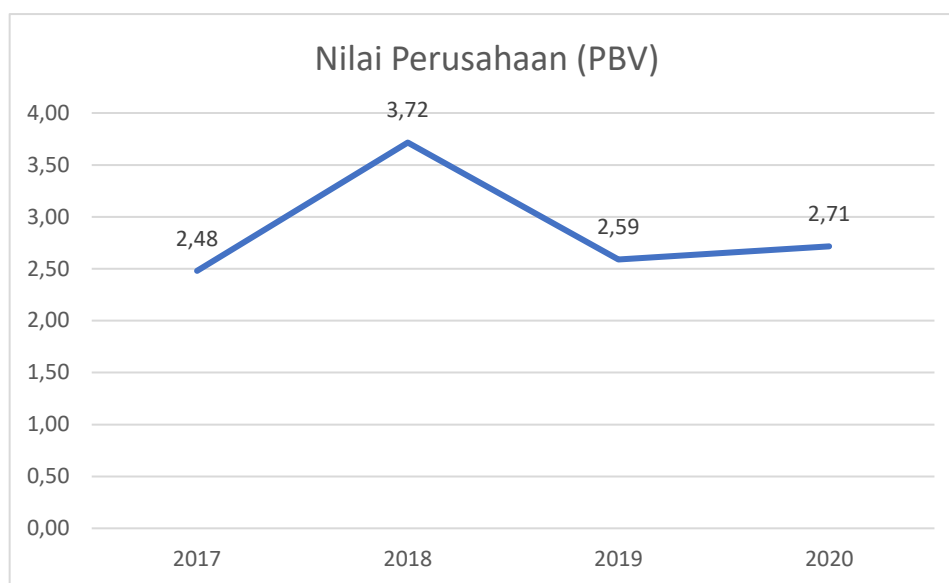
Hal yang menjadikan pengaruh pada nilai perusahaan selain keputusan investasi serta kebijakan hutang ialah “profitabilitas”. Definisi profitabilitas merupakan kapitalis suatu perusahaan dalam pengelolaan *resource* yang dimiliki oleh perusahaan untuk menciptakan keuntungan bagi penanam modal. Profitabilitas sendiri dianggap sebagai salah satu indikator dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan dengan hal tersebut membuat profitabilitas menjadi salah satu faktor penting untuk menjadi acuan dalam menilai suatu perusahaan. Menurut Febrina dkk (2020), profitabilitas ialah tingkat keberhasilan manajemen perusahaan agar

dihasilkannya laba perusahaan. Tingginya tingkat profit perusahaan maka akan berakibat adanya minat investor yang semakin banyak untuk menanamkan sahamnya, akibatnya akan semakin tinggi harga saham dan akan adanya peningkatan nilai perusahaan.

Profitabilitas ialah rasio efektifitas manajemennya dengan dasar oleh hasil mengambil hasil penjualan serta investasi. *Return on equity* (ROE) ialah rasio dengan menggambarkan kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang berguna dalam mengembalikan ekuitas pemegang saham. Fungsi ROE sebagai pengukuran profitabilitas dari ekuitas, oleh karena itu, besarnya hasil ROE maka akan semakin baik kinerja perusahaannya. Ditunjukkan oleh ROE laba yang bisa dinikmati oleh orang yang mempunyai saham tersebut. Pertumbuhan ROE dengan semakin baiknya prospek perusahaannya oleh sebab terdapatnya potensi dalam meningkatnya perolehan keuntungan perusahaan. Sehingga bisa diartikannya bahwa dimilikinya sinyal positif oleh investor dari perusahaannya, akibatnya akan meningkatnya kepercayaan investor dan manajemen perusahaan bisa lebih mudah dalam penarikan modal berbentuk saham.

Dengan informasi dari BPS Indonesia, dimana sektor barang konsumen primer terus memberikan pengaruh besar terhadap PDB Indonesia, tepatnya pada kuartal ketiga di tahun 2017 besarnya ialah 55,68%, pada kuartal keempat di tahun 2018 besarnya ialah 56,01%, serta kuartal keempat di tahun 2019 besarnya ialah 56,82%. Dilihat berdasarkan Perindustriannya, maka adanya peranan terpenting sektor konsumsinya pada tumbuh kembangnya perekonomian di Indonesia serta dimilikinya oleh industri ini potensi dalam pengembangannya secara signifikan dengan didukung adanya permintaan domestik terhadap produksi konsumtif serta melimpahnya sumber daya alam. Sehingga dapat membuat para produsen memiliki tingkat percaya diri yang tinggi serta optimis dalam peningkatan investasinya serta dilakukannya pengembangan pasar yang berguna agar bisa terpenuhinya permintaan pasar, pada pasar luar negeri ataupun pasar dalam negeri. Sehingga semakin tingginya tingkat penjualan pada sektor barang konsumsi primer, akibatnya seharusnya adanya pengaruh terhadap nilai perusahaan, namun kenyataannya pada tahun 2018 adanya penurunan nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer.

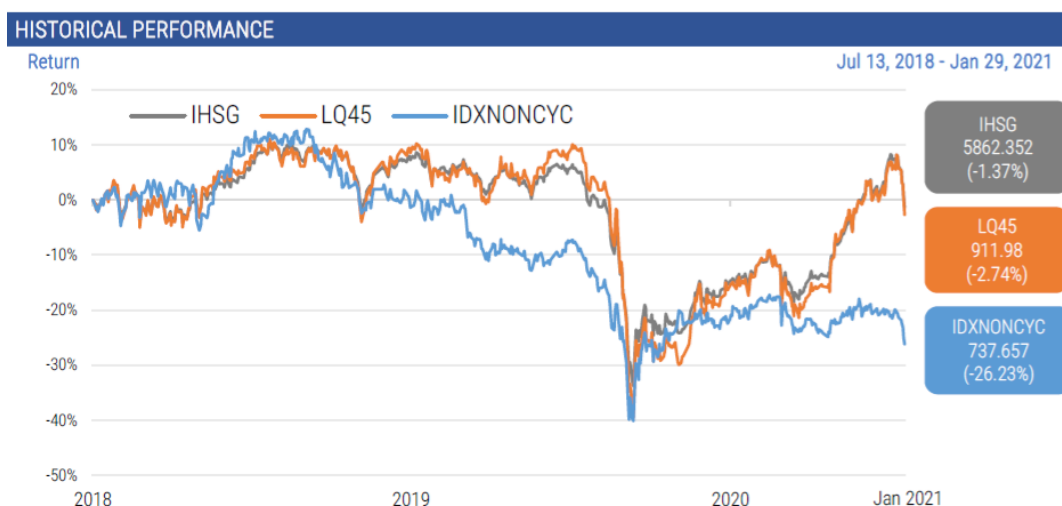
Gambar 1. Grafik rata-rata PBV tahun 2017-2020



Sumber: *www.idx.co.id*

Dapat dilihat dari gambar 1, diperoleh rata-rata nilai perusahaan (PBV) pada sektor barang konsumen primer dari tahun 2017 hingga 2020 terjadi kenaikan, yang dengan pada 2017 sebesar 2,48, ditahun 2018 sebesar 3,72, ditahun 2019 sebesar 2,59 dan di tahun 2020 sebesar 2,71. Data pendukung lainnya juga di peroleh dari website Bursa Efek Indonesia, yang dimana nilai return dari sektor barang konsumen primer mengalami fluktuasi, gambar sebagai berikut:

Gambar 2. Return sektor barang konsumen primer

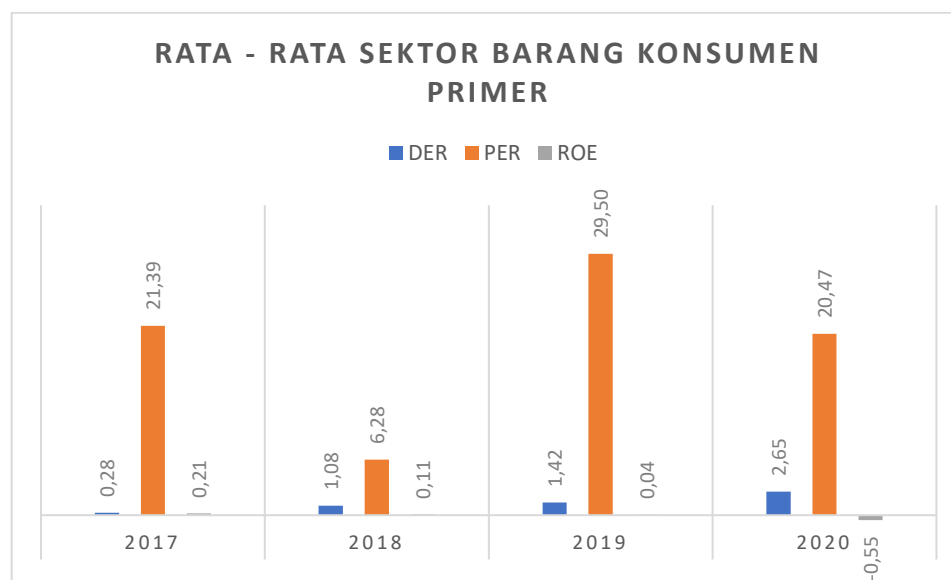


Sumber: *www.idx.co.id*

Jika dilihat pada gambar 2, terlihat return sektor barang konsumen primer di tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 16,8%. Hal tersebut dipengaruhi oleh

berbagai faktor, antara lain dividen yang dibagikannya, kewajiban maupun keuntungan yang didapat, hal tersebut mempengaruhi terhadap return yang diperolehnya.

Gambar 3. Rata-rata DER, PER, dan ROE sektor barang konsumen primer



Sumber: *www.idx.co.id*

Dapat dilihat pada gambar diatas, hasil rata-rata DER setiap tahunnya meningkat, dan PER sektor barang konsumen primer mengalami fluktuasi. Sedangkan pada ROE sektor barang konsumen primer mengalami penurunan tiap tahunnya.

Berdasarkan dari data fenomena diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat perusahaan sektor konsumen primer yang signifikan serta negatif antara keputusan investasi, kebijakan hutang serta profitabilitasnya pada perusahaan, dengan mengacu pada teori yang ada mengindikasikan jika ketiga hal tersebut meningkat maka nilai perusahaannya juga meningkat.

Selain dengan adanya perbedaan pengaruh kenaikan dan penurunan dari variabel bebas terhadap variabel terikat, terdapat perbedaan peneliti terdahulu tentang pengaruh kebijakan hutang, keputusan investasi dan profitabilitas terhadap nilai dari suatu perusahaan. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Bandanuji & Khoiruddin (2020) & Rahman dkk (2015), membuktikan bahwa kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh positif. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pakekong dkk (2019), Kurniawati & Khair (2020) & Sinaga dkk (2019), membuktikan kebijakan hutang tidak

memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Untuk penelitian mengenai keputusan investasi, hasilnya didapat dari penelitian Efni (2017), yang membuktikan bahwa keputusan investasi memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Namun lain halnya dengan Minari & Rahayu (2020), yang membuktikan keputusan investasi tidak memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian terkait profitabilitas yang dilakukan oleh Sari & Ardiansari (2019), Tamrin dkk (2018), Putri dkk (2020), & Nabgihah (2020), membuktikan profitabilitas mempunyai pengaruh secara positif pada nilai perusahaan. Namun lain halnya dengan penelitian Sasmita dkk (2020) & Nabila dkk (2020), yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan.

Berdasarkan dari data maupun uraian tersebut, maka telah didapatkan *gap* diantara harapan terhadap kenyataan yang hadir dalam nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi. Di samping hal tersebut, melalui penganalisisan grafik diatas terdapat *gap* antara teori terhadap data dan juga *gap result* dari berbagai hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya tentang nilai perusahaan. Dalam penelitian ini juga dilakukan untuk pembaruan melalui penelitian yang masih sedikit mengenai obyek sektor barang konsumen primer yang dikarenakan perubahannya JASICA menjadi IDX IC. Dengan itu, peneliti tertarik untuk meneliti kembali yang membahas tentang pengaruh kebijakan hutang, keputusan investasi serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini yang berjudul **“Analisis Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer di Bursa Efek Indonesia”**

I.2 Perumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah yang sudah jabarkan, adapun perumusan masalahnya dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Apakah kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer?
- 2) Apakah keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer?

- 3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer?

I.3 Tujuan Penelitian

Dengan perumusan masalah tersebut, dengan itu tujuan dilakukannya penelitian antara lain untuk:

- 1) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan.
- 2) Mengetahui dan menganalisis pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.
- 3) Mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dipaparkan, maka harapannya penelitian ini dapat memberi kebermanfaatan yaitu:

- 1) Aspek Teoritis

Diharapkan dari hasil yang diperoleh dapat dijadikan acuan ataupun referensi bagi peneliti selanjutnya masih melalui topik yang serupa diwaktu mendatang. Serta harapannya akan menambah ilmu untuk pembaca terkait nilai perusahaan terutama pada sektor barang konsumen primer.

- 2) Aspek Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian dapat memberikan informasi untuk manajemen perusahaan yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam merumuskan strategi perusahaan dalam menentukan kebijakan hutang, keputusan investasi dan terkait dengan profitabilitas. Sehingga dengan itu dapat meningkatkan nilai perusahaan dan dapat mencapai tujuan secara maksimal.

- b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada calon investor untuk menambah pengetahuan dan menjadi tolok ukur dalam berinvestasi terutama pada sektor barang konsumen primer.