

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebuah perusahaan pada umumnya didirikan harus memiliki tujuan tertentu. Dalam menghadapi persaingan ekonomi di era global dewasa ini, para pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih kreatif. Dalam dunia bisnis saat ini berjalan dengan begitu pesat, persaingan pun semakin ketat seiring dengan kondisi perekonomian yang semakin membaik. Hal ini dikarenakan adanya tujuan perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan dari nilai perusahaan. Secara umum, sebuah perusahaan memiliki dua tujuan utama yaitu maksimalisasi keuntungan dan maksimalisasi kesejahteraan pemegang saham. Tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimumkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan indikator sekaligus persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam melakukan kinerja, membuat kebijakan-kebijakan, menghasilkan suatu laba dan sekaligus memberikan suatu return kepada pemegang saham selaku pemberi modal. Nilai dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai saham yang tinggi menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi. Hal ini dapat dijelaskan secara sederhana sebagai berikut: nilai perusahaan (*value*) adalah hutang (*debt*) ditambah modal sendiri (*equity*). Nilai perusahaan yang tinggi juga menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan untuk dapat melaksanakan kegiatan operasionalnya haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan atau *profitable*. Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, *supplier*, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba secara efektif dan efisien dari aktivitas operasinya dengan menggunakan seluruh modal yang dimilikinya. Pentingnya profitabilitas dapat dilihat dengan mempertimbangkan dampak yang berasal dari ketidakmampuan perusahaan mendapatkan laba yang maksimal untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Profitabilitas penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang atau tidak.

Selain profitabilitas, faktor lain yang dapat menentukan nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang tumbuh dengan cepat juga menikmati keuntungan dan citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati, karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu negatif. Pada umumnya ketika sebuah perusahaan mengalami pertumbuhan maka harapan pendapatan di masa depan dan harga saham juga akan meningkat.

Untuk memperkuat kestabilan keuangan yang dimiliki, perubahan dalam struktur modal diduga bisa menyebabkan perubahan nilai perusahaan. Struktur modal merupakan penggunaan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Dalam pengambilan keputusan pendanaan bagi perusahaan yang berkaitan dengan penentuan struktur modal, manajer harus berhati-hati karena keputusan ini dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan itu sendiri yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pencapaian tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Salah satu industri perusahaan yang akan dibahas pada penelitian ini ialah perusahaan industri barang konsumsi. Perusahaan Industri Barang Konsumsi

merupakan salah satu bagian dari Perusahaan Manufaktur yang ada di Indonesia. Perusahaan Industri Barang Konsumsi masih menjadi pilihan utama para investor dalam menginvestasikan dana mereka. Hal itu dikarenakan saham-saham dari perusahaan-perusahaan dalam Industri Barang Konsumsi yang masih menawarkan potensi kenaikan. Dan juga Industri Barang Konsumsi terdiri dari 5 sub sektor, yakni Sub Sektor Makanan Dan Minuman, Sub Sektor Rokok, Sub Sektor Farmasi, Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Rumah Tangga, Dan Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga. Seluruh sub sektor yang ada pada Industri Barang Konsumsi merupakan para produsen dari produk-produk kebutuhan mendasar konsumen, seperti makanan, minuman, obat, daging, dan produk toiletries. Produk-produk yang dihasilkan tersebut bersifat konsumtif dan disukai orang sehingga para produsen dalam industri ini memiliki tingkat penjualan yang tinggi yang berdampak pula pertumbuhan perusahaan industri barang konsumsi. Tingginya laju pertumbuhan yang dimiliki Industri Barang Konsumsi berdampak pada tingginya nilai perusahaan dalam industri tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menyajikan data yang terkait dengan variabel yang telah dikemukakan diatas yang dimiliki beberapa perusahaan Barang Konsumsi terdaftar di BEI pada tahun 2014-2017. Tabel 1 menunjukkan data beberapa Perusahaan Barang Konsumsi yang PBV, ROE, *Asset Growth* dan DER mengalami penurunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2017.

Tabel 1. Data PBV, ROE, *Assets Growth* dan DER pada beberapa Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2017

Kode	Tahun	PBV	NAIK/TURUN	ROE	NAIK/TURUN	ASSET GROWTH	NAIK/TURUN	DER	NAIK/TURUN
AISA	2014	2.05	(1.07)	10.52%	(1.12)	46.83%	(23.92)	1.05	0.23
	2015	0.98		9.42%		22.91%		1.28	
	2016	1.58	0.6	16.87%	7.45	2.14%	(20.77)	1.17	(0.11)
	2017	0.35	(1.23)	3.98%	(12.89)	4.31%	2.17	1.18	0.01
LMPI	2014	0.44	(0.16)	0.43	0.56	-1.62	(0.33)	1.03	(0.05)
	2015	0.28		0.99		-1.95		0.98	
	2016	0.34	0.06	1.70	0.71	2.18	0.23	0.99	0.01
	2017	0.41	0.07	-8.28	(6.58)	2.98	0.8	1.22	0.23

	2014	1.98	(1.1)	8.41%	2.64	-3.57%	26.43	1.11	0.48
INAF	2015	0.88		11.05%		22.86%		1.59	
	2016	25.80	24.92	14.06%	3.01	-9.92%	(32.78)	1.40	(0.19)
	2017	35.74	9.94	-12.54%	(26.6)	6.62%	16.54	1.88	0.48
	2014	1.36		10.75	2.45	9.80	3.93	1.16	0.32
SKLT	2015	1.68		13.20		13.73		1.48	
	2016	1.27	(0.41)	6.97	(6.23)	50.68	36.95	0.92	(0.56)
	2017	2.46	1.19	7.47	0.5	11.97	(38.71)	1.07	0.15
	2014	45.03		124.78%	(3.56)	90.78%	(80.53)	2.11	0.15
UNVR	2015	58.48		121.22%		10.15%		2.26	
	2016	46.67	(11.81)	135.85%	14.63	6.46%	(3.69)	2.56	0.30
	2017	82.44	35.77	135.40%	(0.45)	12.90%	6.44	2.65	0.09

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan adanya kenaikan dan penurunan pada profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2014-2017. Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2014 sampai 2017 terlihat fluktuatif. Dapat dilihat pada data diatas, ROE untuk perusahaan Indofarma (Persero) Tbk (INAF) pada tahun 2016 ke 2017 mengalami penurunan dari 14.06% menjadi -12.54%, sementara ditahun yang sama PBV mengalami kenaikan dari 25.80 menjadi 35.74. Perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR) juga mengalami penurunan ROE pada tahun 2014 ke 2015 dari 124.78% menjadi 121.22%, sementara ditahun yang sama PBV mengalami kenaikan dari 45.03 menjadi 58.48. Data yang terdapat pada tabel menunjukkan keadaan yang tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu. Perusahaan Langgeng Makmur Industri Tbk (LMPI) mengalami penurunan pada tahun 2016 ke 2017 dari 1.70% menjadi -8.28%, sementara ditahun yang sama PBV mengalami kenaikan dari 0.34% menjadi 0.41%. Adanya ketidaksesuaian antara teori yang menyatakan bahwa apabila profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Edy Susanto (2016) dan Entis Haryadi (2016) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan yang diukur menggunakan *Asset Growth* pada tahun 2014 sampai 2017 terlihat fluktuatif. Dapat dilihat pada data di atas, *Asset Growth* untuk Perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) pada tahun 2015 ke 2016 mengalami penurunan dari 22.91% menjadi 2.14%, sementara ditahun yang sama PBV mengalami kenaikan dari 0.98 menjadi 1.58 Pada Perusahaan Indofarma (Persero) Tbk (INAF) mengalami penurunan pada tahun 2015 ke 2016 dari 22.86% menjadi -9.92%, sementara ditahun yang sama PBV megalami kenaikan dari 0.88 menjadi 25.80. Pertumbuhan perusahaan Sekar Laut Tbk (SKLT) mengalami penurunan pada tahun 2016 ke 2017 dari 50.68% menjadi 11.97%, sementara ditahun yang sama PBV mengalami kenaikan sebesar 1.27 menjadi 2.46. Data yang terdapat pada tabel menunjukkan keadaan yang tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Edy Susanto (2016) dan Neneng Lasmita Susanti (2016) menyatakan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal yang diukur dengan menggunakan *Debt to Earning Ratio* (DER) pada tahun 2014 sampai 2017 terlihat fluktuatif . Dapat dilihat pada data tersebut DER untuk Perusahaan Indofarma (Persero) Tbk (INAF) pada tahun 2016 ke 2017 dari terjadi kenaikan dari 1.40 menjadi 1.88, sementara ditahun yang sama PBV juga mengalami kenaikan dari 25.80 menjadi 35.74. Perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR) juga terjadi kenaikan pada tahun 2016 ke 2017 dari 2.56 menjadi 2.65, sementara ditahun yang sama PBV juga mengalami kenaikan dari 46.67 menjadi 82.44. Struktur modal pada perusahaan Sekar Laut Tbk (SKLT) mengalami kenaikan pada tahun 2016 ke 207 dari 0.92 menjadi 1.07, sementara ditahun yang sama PBV juga mengalami kenaikan dari 1.27 menjadi 2.46. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hery (2017, hlm.19) yang menyatakan bahwa semakin tinggi rasio leverage akan membuat investor menjadi sangat berhati-hati dalam mempertimbangkan investasinya sehingga membuat nilai perusahaan menjadi rendah. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013) dan Nonih Sukriyawati (2016) yang menyatakan bahwa Struktur Modal memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI”.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Aspek teoritis
  - 1) Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan bacaan dan referensi yang menambah pengetahuan seputar pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan.
  - 2) Bagi pembaca, sebagai bahan bacaan dan penambah wawasan tentang nilai perusahaan di Indonesia khususnya pada sektor barang konsumsi.
- b. Aspek praktis

- 1) Bagi manajer perusahaan, sebagai sarana pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan pendanaan perusahaan dalam kaitannya dengan nilai perusahaan.
- 2) Bagi investor, sebagai sarana penambah wawasan investor dalam menilai suatu perusahaan untuk berinvestasi di perusahaan sektor barang konsumsi.

