

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, di Indonesia tidak terlepas dari pertumbuhan ekonomi, sosial, politik dan teknologi serta bidang lainnya yang mengalami peningkatan cukup pesat. Perkembangan ekonomi dapat dilihat dari sejauh mana pertumbuhan ekonomi yang mengalami peningkatan, baik di seluruh dunia maupun di Indonesia. Kemudian, perkembangan ekonomi ini dapat meningkatkan persaingan antar perusahaan yang menunjukkan keunggulannya masing-masing dalam menarik investor untuk menanamkan modal sahamnya. Dengan adanya persaingan tersebut, tentunya mendorong suatu perusahaan dalam menciptakan inovasi terbaru untuk memperoleh modal yang tinggi. Selain itu, menjadikan antar pesaing saling berlomba-lomba dalam mendirikan perusahaan yang *go public*, yang bertujuan memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam menjual sahamnya kepada investor untuk pengembangan suatu bisnis yang akan dikelola, sehingga perusahaan dapat bertahan di pasar dengan tingkat persaingan yang cukup pesat. Pertumbuhan ekonomi, khususnya di Indonesia dapat didukung oleh berbagai macam faktor, dimana salah satunya yaitu dengan adanya investasi dan ekspor yang dilakukan. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto yang dikutip pada artikel yang membahas mengenai kontribusi manufaktur masih tertinggi, yang mengatakan bahwa sektor manufaktur merupakan sektor andalan dalam hal investasi dan ekspor. Hal tersebut apabila dilakukan secara konsisten maka memberikan dampak yang baik bagi pertumbuhan dan perekonomian nasional, seperti meningkatkan nilai tambah pada bahan baku dalam negeri, penyerapan tenaga kerja lokal, serta penerimaan devisa dari ekspor dan pajak (<https://kemenperin.go.id/>). Hal ini dilihat dari salah satu industri cabang dari perusahaan manufaktur yaitu industri barang konsumsi.

Sektor industri barang konsumsi ini sangat menarik apabila diteliti, dikarenakan masyarakat tidak akan pernah lepas dari industri barang konsumsi untuk kebutuhan sehari-hari. Prospek perusahaan sektor industri barang konsumsi diharapkan selalu mengalami peningkatan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan baik. Pertumbuhan sektor ini bukan hanya untuk jangka

pendek, melainkan untuk jangka panjang. Hal ini dilakukan dengan cara setiap perusahaan dalam sektor ini harus menciptakan sebuah inovasi terbaru terhadap produknya, agar produk yang dihasilkan selalu diterima dan dapat memenuhi setiap kebutuhan masyarakat. Kemudian, perusahaan juga harus memperhatikan tingkat pertumbuhan dari perusahaan itu sendiri, yaitu dengan mempersiapkan segala strategi untuk menghadapi persaingan antar sesama perusahaan industri barang konsumsi. Selain itu, sektor industri barang konsumsi yang merupakan perusahaan *go public* memiliki tingkat kompetisi cukup ketat, sehingga setiap perusahaan diharapkan mampu dalam mengelola dan mengevaluasi kinerja perusahaannya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan laba perusahaan, sehingga dapat menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Tujuan dari suatu perusahaan adalah memaksimalkan dan memakmurkan kesejahteraan bagi investor. Tingkat kesejahteraan bagi investor dapat tergambar dari harga saham yang meningkat, karena apabila harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan yang meningkat secara terus-menerus maka meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan dalam melakukan kegiatan berinvestasi, sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya agar terhindari kebangkrutan atau gulung tikar. Selain itu dapat memberikan kekuatan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, hal ini dilihat dari meningkatnya pertumbuhan perusahaan tersebut. Sektor industri barang konsumsi yang telah menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan, tentu memberikan peluang untuk lapangan kerja yang lebih besar, sehingga dengan adanya lapangan kerja tersebut dapat membantu dalam mengurangi tingkat pengangguran dan mengatasi masalah ekonomi lainnya.

Nilai perusahaan dapat berhasil, apabila perusahaan tersebut dapat mengelola dan meningkatkan kinerja perusahaannya. Hal ini yang akan dilihat dari sudut pandang investor dalam mengambil keputusan untuk menanamkan modal sahamnya, agar kedua belah pihak memperoleh return yang diharapkan (Salvatore, 2011 hlm.9). Nilai perusahaan merupakan pembayaran yang dilakukan oleh calon pembeli ketika dijualnya suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dikategorikan berhasil, apabila tingkat keberhasilan suatu perusahaan dapat menciptakan

kemakmuran dan kesejahteraan bagi investor dalam berinvestasi dengan melihat nilai perusahaan yang tinggi dan memiliki prospek yang baik. Hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya harga saham yang diperoleh maka semakin meningkatnya nilai perusahaan, sehingga akan menarik perhatian dan menciptakan kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya untuk melakukan kegiatan berinvestasi (Husnan, 2014 hlm.7).

Hal yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan salah satunya adalah struktur modal. Struktur modal mempunyai peran yang sangat penting bagi perusahaan, sehingga akan memiliki hubungan dan berpengaruh terhadap besarnya risiko yang ditanggung oleh investor dan besarnya pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu struktur modal yang tepat dapat menjadi tujuan utama perusahaan untuk mencapai nilai perusahaan yang meningkat (Brigham & Houston, 2011 hlm.155). Struktur modal dapat menentukan nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Rasio ini akan mengalami peningkatan, apabila penggunaan utang tidak melebihi penggunaan modal sendiri (Ramdhonah dkk 2019).

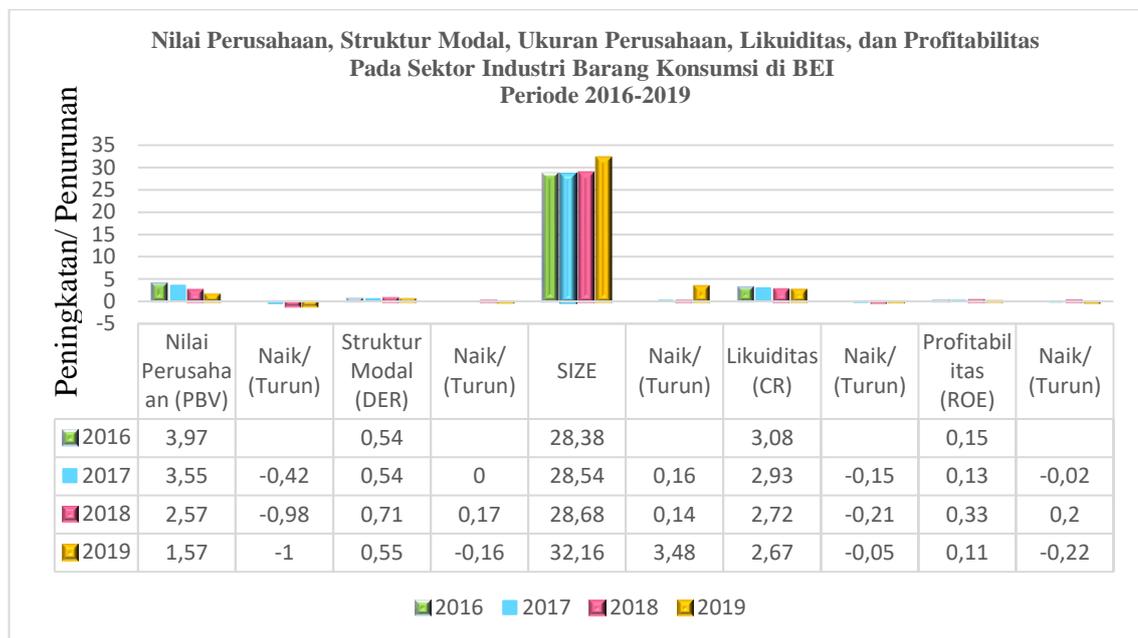
Kemudian, nilai perusahaan juga dapat dihubungkan dengan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari ekuitas, penjualan, dan total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai pada tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaannya, maka perusahaan telah mempunyai arus kas yang positif, serta diperkirakan akan mempunyai aspek yang menguntungkan dalam kurun waktu yang relative lama (Suwardika & Mustanda, 2017). Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi 2 kelompok, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Hal ini dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin memudahkan perusahaan tersebut dalam memperoleh sumber dana (Nurminda dkk, 2017). Perusahaan yang berskala besar dengan mempunyai tingkat persebaran saham yang meluas akan memberikan

dampak yang kecil terhadap perusahaan dan dapat melakukan akses ke pasar modal dalam memperoleh pendanaan yang lebih mudah. Sedangkan perusahaan yang berskala kecil akan mengalami banyak kesulitan dalam akses ke pasar modal. Hal ini dapat diartikan bahwa perusahaan berskala besar memiliki tingkat *fleksibilitas* dan kemampuan untuk memperoleh dana dengan lebih mudah (Riyanto, 2011 hlm.299).

Likuiditas dapat menentukan nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi dan membayar kewajiban jangka pendek dengan tepat waktu. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik, maka akan dianggap perusahaan tersebut memiliki kemampuan dalam melunasi seluruh kewajibannya dengan tepat waktu. Kemudian perusahaan yang likuid juga menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik oleh investor, sekaligus menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Kasmir, 2016 hlm.145).

Profitabilitas dapat menentukan nilai perusahaan karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan (Wiagustini, 2010 hlm.76). Profitabilitas merupakan salah satu aspek fundamental perusahaan dan sebagai barometer atas keberhasilan sebuah perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini juga dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi pada penggunaan sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan. Profitabilitas memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik apabila tingkat pertumbuhan yang tinggi, sehingga dapat memicu investor untuk meningkatkan permintaan sahamnya (Ramdhonah dkk, 2019).

Berikut ini disajikan data rata-rata sektor industri barang konsumsi pada periode 2016-2019 berikut ini :



Sumber : www.idx.co.id yang telah diolah

Gambar 1. Rata-Rata Sektor Industri Barang Konsumsi Periode 2016-2019

Berdasarkan gambar 1 di atas, dapat dilihat bahwa struktur modal (DER) pada sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2019 mengalami penurunan sebesar -0.16, dimana struktur modal (DER) mengalami penurunan namun tidak diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan (PBV). Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa struktur modal (DER) yang menurun maka akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan (PBV), sehingga dengan hutang yang menurun tersebut memberikan sinyal yang positif untuk meningkatkan nilai perusahaan bagi investor (Hanafi, 2011 hlm.316). Fenomena ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lubis dkk (2017), Widyantari & Yadnya (2017), serta Ramdhonah dkk (2019), yang menyatakan bahwa struktur modal (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Namun fenomena tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manoppo & Arie (2016), Pratiwi dkk (2018), Prastuti & Sudiarta (2016), Tauke (2017), dan Rahmansyah (2018) yang menyatakan bahwa struktur modal (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan (SIZE) pada sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2016-2019 mengalami peningkatan selama 4 tahun berturut-turut, dimana ukuran perusahaan (SIZE) mengalami peningkatan namun tidak diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan (PBV). Hal ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran atau skala perusahaan (SIZE), maka akan memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Selain itu, ukuran perusahaan yang besar akan memberikan peningkatan pada harga saham perusahaan untuk mempengaruhi investor dalam mengambil sebuah keputusan investasi (Weston & Copeland, 2010 hlm.13). Fenomena ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017), Simanungkalit & Silalahi (2018), Lumoly (2018), Fauzi & Rasyid (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Namun fenomena tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2016), Novari & Lestari (2016), Riny (2018), Anggarwal & Padhan (2017), Anggraeni (2018), Pratiwi dkk (2018), Anugerah & Suryanawa (2019), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwa likuiditas (CR) pada sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2016-2019 mengalami penurunan selama 4 tahun berturut-turut, dimana likuiditas (CR) yang menurun akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan (PBV). Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin meningkat likuiditas (CR), maka nilai perusahaan (PBV) juga akan meningkat ataupun sebaliknya yaitu apabila likuiditas (CR) mengalami penurunan maka akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan (PBV). Likuiditas yang mengalami penurunan menunjukkan bahwa kelemahan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi atau membayar kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu, sehingga menyebabkan tingkat kepercayaan dari investor terhadap perusahaan juga akan menurun (Sartono, 2010 hlm.114). Fenomena ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra & Lestari (2016), Yuslirizal (2017), Anggarwal & Padhan (2017), Rahmansyah (2018), yang menyatakan bahwa likuiditas (CR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Namun fenomena tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riny (2018), Lumoly dkk (2018), dan Awulle dkk (2018) yang menyatakan bahwa likuiditas (CR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwa profitabilitas (ROE) pada sektor industri barang konsumsi di BEI periode 2018 mengalami peningkatan sebesar 0.2, dimana profitabilitas (ROE) mengalami peningkatan namun tidak diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan (PBV). Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin meningkat profitabilitas (ROE), maka nilai perusahaan (PBV) juga akan meningkat, sehingga dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Fahmi, 2014 hlm.135). Fenomena ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manoppo & Arie (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Namun fenomena tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Languju dkk (2016), Pertiwi dkk (2016), Lubis dkk (2017), Anggarwal & Padhan (2017), Lumoly dkk (2018), Permana & Rahyuda (2019), dan Anggraeni (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Analisis Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka Penulis pada bagian ini mengidentifikasi dan merumuskan masalah penelitian, dengan memperhatikan sebagai berikut :

- a. Apakah Karakteristik pada Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
- b. Apakah Karakteristik pada Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.

- c. Apakah Karakteristik pada Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
- d. Apakah Karakteristik pada Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuandari penelitian ini adalahsebagaiberikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Karakteristik pada Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Karakteristik pada Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Karakteristik pada Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Karakteristik pada Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis dan praktis yakni sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan wawasan pengetahuan dan infromasi bagi pembaca, serta dapat dijadikan sebagai bukti untuk memperkuat hasil penelitian sebelumnya mengenai Analisis

Karakteristik Perusahaan (Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Profitabilitas) terhadap Nilai Perusahaan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam pertimbangan berupa informasi dan bukti data, sehingga dapat mengukur sejauh mana nilai perusahaan telah dijalankan dengan baik untuk mencapai keoptimalan suatu perusahaan. Serta, mendorong perusahaan supaya berperan aktif dalam mengelola perusahaan secara langsung, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan dan menciptakan kemakmuran bagi investor.

2) Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meringankan para investor dan calon investor dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan investor untuk berinvestasi dengan menanamkan modal atau dananya pada suatu perusahaan, hal ini dilihat dari nilai perusahaan yang mengalami peningkatan secara optimal untuk mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan harapan.