

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

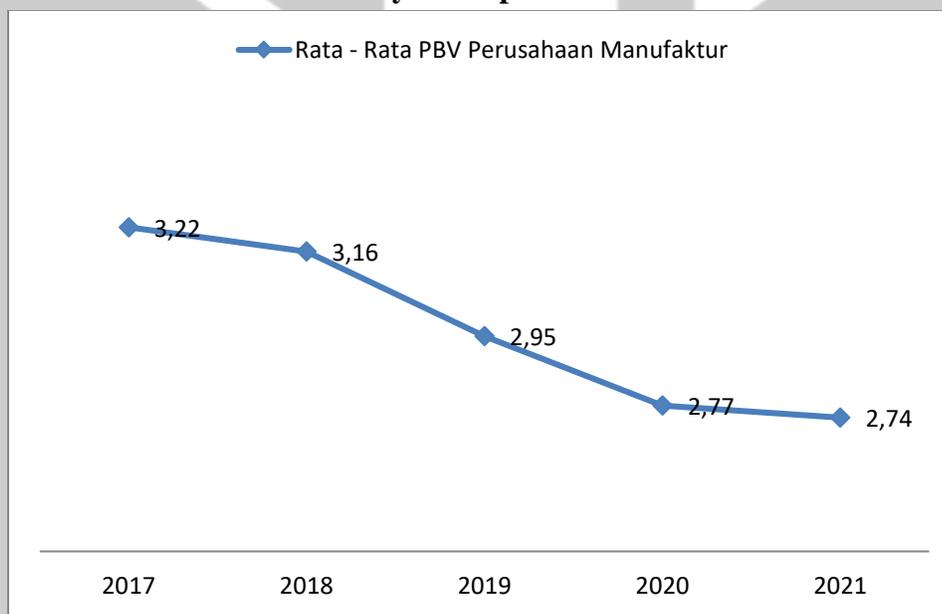
Nilai perusahaan ditunjukkan oleh harga saham perusahaan, yang mencerminkan keputusan investasi, pengeluaran dan dividen. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada prospeknya di masa depan. Semakin rendah harga saham maka semakin rendah pula nilai perusahaan tersebut. Meningkatnya nilai perusahaan yang identik dengan tinggi harga saham menjadi sebuah prestasi yang menjadi keinginan para pemilik saham. Nilai perusahaan menjadi penting karena tingginya penilaian masyarakat pada saham perusahaan akan diikuti tingginya kemakuran pemegang saham.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan dapat melalui rasio keuangan, salah satunya *price to book value* (PBV). Rasio PBV merupakan perbandingan *market value* suatu saham terhadap *book value*, sehingga dapat diketahui apakah tingkat harga sahamnya *overvalued* atau *undervalued* dari *book value* (Rivai et al., 2013).

Nilai PBV yang rendah mengindikasikan bahwa harga saham yang *undervalued*. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penurunan kualitas dan kinerja finansial perusahaan yang mana menyebabkan terjadinya penurunan nilai perusahaan.

Berikut ini data rata-rata perkembangan nilai perusahaan (PBV) tahun 2017 sampai tahun 2021 yang diambil dari 38 perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang konsisten terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI):

**Gambar 1.1**  
**Rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Non-Cyclicals pada Tahun 2017-2021**



*Sumber : Indonesia Stock Exchange, data telah diolah*

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan adanya penurunan rata rata nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021. Pada tahun 2018 hingga tahun 2021 nilai perusahaan mengalami penurunan. Penurunan harga saham disebabkan oleh

pandemi *covid-19* yang merupakan suatu peristiwa menyebarnya penyakit *coronavirus* ke seluruh dunia pada tahun 2019. Masuknya pandemi *covid-19* ke Indonesia yaitu pada awal tahun 2020, sehingga menyebabkan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan nilai perusahaan manufaktur yang terjadi di tahun 2018-2021 menjadi suatu fenomena yang menarik untuk diteliti. Penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *leverage*, profitabilitas dan likuiditas. Peningkatan nilai perusahaan menggambarkan kinerja perusahaan yang semakin baik dan mampu menjadi sinyal positif bagi investor.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu : *Good Corporate Governance*, Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas. *Good Corporate Governance* dapat diartikan sebagai prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan sebuah perusahaan agar tercapai keseimbangan antara kekuatan dan kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawaban kepada *shareholder* khususnya dan *stakeholder* pada umumnya. Perusahaan sebaiknya menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan perlu dipertahankan, salah satunya melalui tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance*. Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG), *Good Corporate Governance* (GCG) adalah salah satu pilar dari sistem ekonomi pasar. *Corporate governance* berkaitan erat dengan kepercayaan baik terhadap perusahaan yang melaksanakannya maupun terhadap iklim usaha di suatu negara.

Tujuan GCG yakni untuk mengelola dan mengarahkan sebuah bisnis serta urusan lain dari sebuah perusahaan agar terjadi peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaannya. Penerapan *corporate governance* didasarkan pada teori agensi, yaitu teori agensi menjelaskan hubungan antara manajemen dengan pemilik. Manajemen sebagai agen bertanggungjawab mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dasar teori yang melandasi bahasan *Good Corporate Governance* (GCG) adalah Teori keagenan (*Agency Theory*). Inti dari teori keagenan (*agency theory*) sebenarnya adalah adanya pemisahan pengelolaan antara pemegang saham dengan manajer dalam mengelola perusahaan. Keputusan untuk memisahkan pengelolaan antara pemegang saham dan manajer dapat menimbulkan perselisihan atau konflik antara kedua pihak (Nasrum & Akal, 2015).

Mekanisme *corporate governance* mengacu pada sekumpulan mekanisme yang mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh manajer ketika terjadi pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian. Ada empat mekanisme *good corporate governance* yang sering dipakai dalam berbagai penelitian mengenai *good corporate governance* yang bertujuan untuk mengurangi konflik keagenan, yaitu komite audit, komisaris independen, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial. *Good corporate governance* dalam penelitian ini menggunakan prosksi kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional yang langsung mempengaruhi nilai perusahaan karena konflik keagenan antara agen dan prinsipal yang terjadi dalam suatu

perusahaan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme yaitu dengan adanya saham oleh institusi dan manajemen yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kepemilikan institusional mempunyai arti kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki institusi lain agar terdapat kontrol dari pihak lain. Secara teoritis, hubungan antara kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui teori keagenan. Kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga tidak mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laba. Pengaruh kepemilikan institusional sebagai agent pengawas bisa dilihat dari jumlah saham yang dilakukan dipasar modal. Semakin besar jumlah investasi saham yang dilakukan dipasar modal maka, pengawasan terhadap perusahaan akan dilakukan secara lebih efektif. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asyik & Thaharah (2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Struktur kepemilikan lain yaitu kepemilikan manajerial dimana adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan para pemegang saham yang nantinya dapat meningkatkan nilai dari

perusahaan. Teori keagenan telah menjelaskan bahwa dalam perusahaan cenderung akan munculnya perbedaan kepentingan yang dapat terjadi antara pemilik dan manajemen. Perbedaan kepentingan muncul karena masing-masing pihak berusaha memaksimalkan kepentingan masing-masing sehingga menimbulkan konflik yang disebut sebagai *agency conflict*. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi kemungkinan konflik adalah dengan meningkatkan kepemilikan manajerial. Kepemilikan ini merupakan kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan dengan tujuan mengurangi konflik keagenan. Kepemilikan manajerial menunjukkan adanya peran ganda seorang manajer, yakni manajer bertindak juga sebagai pemegang saham. Sebagai seorang manajer sekaligus pemegang saham, sehingga seorang manajer tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agustina (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Marceline & Harsono (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan program GCG akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mengacu pada kondisi tertentu yang sudah dicapai oleh suatu perusahaan (Dianawati & Fuadati, 2016). Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. GCG dapat berpengaruh meningkatkan nilai perusahaan karena semakin baik tata kelola perusahaan (GCG) maka akan menjadikan

perusahaan tersebut lebih efisien sehingga akan meningkatkan profit dan juga nilai perusahaan akan meningkat. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ulfah (2017), Nurhasanah (2017), Santoso (2017) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda lagi dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Novalia (2016), Fawaid (2017), Maziyah (2017), Azis (2016) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang diperlukan dalam membangun nilai perusahaan. Profitabilitas berkaitan dengan teori *signalling*. Profitabilitas adalah informasi mengenai laba perusahaan yang dihitung berdasarkan tingkat pengembalian aset perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi kedalam perusahaan karena semakin tinggi profitabilitas, semakin baik keadaan suatu perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya atau menanam saham kepada perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi *Return On Assets (ROA)*. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Santoso (2015), Agustina (2017), Utama & Lisa (2018) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nila & Suryanawa (2018), Savitri et al. (2021), Bagaskara et al. (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

*Leverage* juga merupakan salah satu faktor yang diperlukan dalam membangun nilai perusahaan. *Leverage* menurut Sujarweni (2017:60) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* memiliki hubungan dengan teori *signalling*. *Leverage* yang rendah menandakan perusahaan tidak menggunakan banyak utang dalam mendanai operasional perusahaan. Semakin kecil utang dalam suatu perusahaan, maka para investor akan senang dalam memberikan pendanaan karena laba perusahaan akan lebih banyak digunakan sebagai deviden dan hal itu akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Rasio *leverage* dalam penelitian ini diproksikan dengan *debt to equity ratio*. Penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Wirianata (2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ramadhani et al. (2018) menyatakan bahwa *leverage* terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan berbeda dengan penelitian Hasibuan et al. (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Sambora et al. (2014) membuktikan bahwa *leverage* terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan.

Faktor lainnya untuk menilai perusahaan adalah likuiditas yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Misalnya, membayar gaji, membayar biaya operasional, membayar hutang jangka pendek, dan sebagainya yang membutuhkan pembayaran segera. Rasio Likuiditas berhubungan dengan teori *signalling*, yang mana semakin tinggi kemampuan

perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya akan memberikan sinyal yang baik bagi investor untuk berinvestasi yang akan meningkatkan permintaan saham sehingga harga saham perusahaan meningkat. Peningkatan harga saham juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mampu menyelesaikan masalah hutangnya, semakin tinggi nilai rasio likuiditasnya maka akan meningkatkan peluang-peluang perusahaan untuk membayar serta menyelesaikan masalahnya terkait dengan hutang. Likuiditas menunjukkan sejauhmana aset lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aset lancar dan kewajiban lancar maka semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya (Kasmir 2015:119). Rasio likuiditas dalam penelitian ini diprosikan dengan *Quick Ratio* karena rasio ini dapat dengan cepat mengukur likuiditas perusahaan dan jumlah aset yang bisa digunakan untuk melunasi kewajiban lancar. Tidak hanya cepat, perhitungan dari rasio ini juga bisa secara akurat digunakan untuk mengetahui jumlah aset yang paling likuid.. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prisilia (2014) dan Tui et al. (2017) mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Nurhayati (2013) dan Tahu (2017) mengungkapkan bahwa likuiditas tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena pada beberapa penelitian terdahulu dengan variabel yang hampir sama satu sama lain masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda mengenai pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini, akan menggunakan sampel perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar

dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* dipilih karena sektor ini mengalami penurunan sejak awal 2021 dan menjadikannya penurunan tersendah, dan sektor ini memiliki kestabilan ekonomi dan potensi di masa depan, hal ini karena *consumer non-cyclicals* merupakan sektor yang memproduksi dan mendistribusikan produk dan jasa untuk barang-barang dasar atau primer. Sektor barang non-konsumen berbeda dengan sektor barang konsumen primer, saham-saham sektor barang konsumen non-primer cenderung lebih sensitif terhadap sebuah informasi yang ada di pasar. Misalnya saja, keputusan pemerintah mengenai pemulihan ekonomi dan peraturan mengenai pelanggaran Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akan mengerek saham di sektor *Consumer Non-Cyclicals*, khususnya saham-saham ritel. Sektor barang konsumen non-primer banyak didominasi oleh saham lapis kedua dan lapis ketiga yang mencetak kenaikan harga cukup tinggi sepanjang tahun. (kontan.co.id)

Berdasarkan uraian latar belakang diatas terdapat hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage* dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2021. Oleh karena itu, penelitian **“Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021”** dianggap penting untuk dilakukan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan
5. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademis

Hasil dari menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

### 3. Bagi Pembaca

Penelitian diharapkan dapat menjadi masukan atau referensi bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Didalam penyajian skripsi pembahasan dibagi menjadi tiga bab, dimana setiap bab dibagi dalam sub-sub bab yang mendukung isi dari pada bab-bab secara keseluruhan untuk memudahkan pemahaman skripsi. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, teori-teori yang berhubungan dengan yang akan diteliti, kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengaruh variabel, populasi, sampel dan

teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

#### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA**

Bab ini menjelaskan mengenai subyek penelitian, analisis dan pengolahan data berdasarkan analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan dari hasil yang telah dilakukan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini mengemukakan tentang kesimpulan, keterbatasan serta saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.