

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

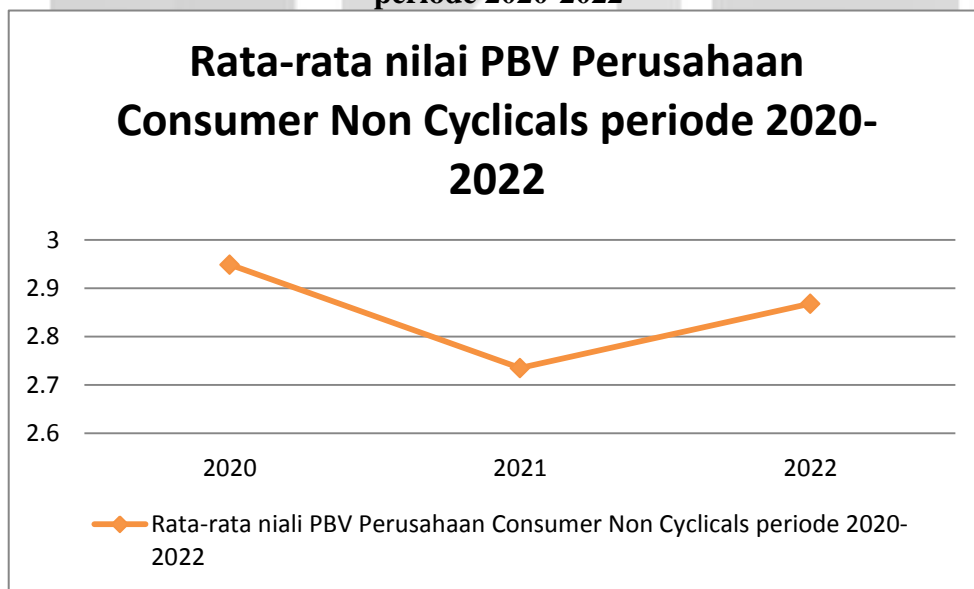
Saat ini industri manufaktur di Indonesia tengah berkembang pesat. Di Indonesia, sektor yang paling berarti untuk pasar saham adalah sektor barang konsumsi. Studi sektor ini merupakan studi dimana perusahaan barang konsumsi tidak dapat melepas beban untuk keperluan sehari-hari, yang tentunya dapat menaikkan pasar keuangan perusahaan karena banyak penanam modal yang ingin mendanakan di sektor barang konsumsi. Salah satu zona barang konsumsi adalah perusahaan pada sector *Consumer Non Cyclical*s yang sahamnya sangat diminati oleh penanam modal di sektor ini, karena kinerja perusahaan tersebut menunjukkan peningkatan. Analisis kinerja perusahaan dilakukan dengan melihat nilai perusahaannya yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan (Yulisa & Wahyudi, 2023).

Biasanya harga saham dapat berpengaruh pada penilaian perusahaan itu sendiri, otomatis dimata investor sudah menilai perusahaan tersebut memiliki nilai saham yang tinggi berdasarkan nilai perusahaan, sehingga memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan, disamping itu perusahaan dinilai berkinerja baik untuk memperoleh laba. Indikator kesuksesan suatu perusahaan sering diukur dengan nilai saham yang maximal sesuai dengan kebutuhannya dalam kurun waktu pendek atau panjang (Simanungkalit et al., 2022)

Perhitungan dalam penelitian ini bertujuan mengukur nilai perusahaan yaitu *price book to value* (PBV) yaitu rasio perbandingan harga pasar pada suatu nilai buku saham. Tingginya PBV mencerminkan bahwa harga pasar saham lebih tinggi dari suatu harga buku saham, yang dapat diartikan dengan nilai PBV tinggi akan memberikan keyakinan kepada investor dan kemakmuran investor juga akan tinggi. Perusahaan dapat dikatakan berhasil jika harga saham semakin tinggi sehingga adanya peluang positif menarik investor untuk membeli saham atau melakukan investasi dengan membeli saham perusahaan. Pada umumnya investor menginginkan kenaikan PBV setiap tahunnya, namun perlu diketahui PBV seringkali mengalami nilai yang turun.

Gambar 1. 1

Grafik rata-rata nilai PBV Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical*s periode 2020-2022



Sumber : www.idx.co.id, diolah oleh peneliti

Pada gambar 1.1 dapat dilihat dalam tahun 2020 hingga 2022, rata-rata nilai PBV pada perusahaan dari sektor *Consumer Non Cyclical*s mengalami penurunan

sebesar 0.080x . Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021, indeks sektor *Consumer Non Cyclical* turun 15,63% secara year to date (ytd). Bahkan Saham emiten produsen makanan dalam kemasan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) terkoreksi 13,05% ytd, kemudian kinerja saham induk usahanya yakni PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga melemah 8,76%, dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 12,92%. Tahun 2020, adanya fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan pada PT Gudang Garam Tbk (GGRM). Dimana harga saham PT. GGRM menurun pada penutupan perdagangan. Saham PT. Gudang Garam, Tbk. di level Rp40,925 per saham, turun 6,99 persen. Saham GGRM sempat berada pada level terendah Rp 43.850/unit dan tertinggi pada harga Rp 40.925/unit. Penurunan harga saham GGRM tersebut membuat kinerja indeks sektor *Consumer Non Cyclical* mengalami penurunan 5,76%.

Fenomena ini dapat diindikasikan karena pengaruh struktur modal, profibalitas, dan ukuran perusahaan. Fenomena tersebut didukung dengan penelitian Priyatama (2021) dan Mercyana et al., (2022) yang menyatakan struktur modal, profibalitas, dan ukuran perusahaan dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Namun fenomena ini bertetangan pada penelitian Yulisa & Wahyudi (2023) yang menghasilkan yaitu struktur modal tidak dapat berpengaruh pada nilai perusahaan serta Anggraini & MY (2021) juga menyatakan profitabilitas tidak dapat berpengaruh pada nilai suatu perusahaan, dan Siswanti & Ngumar (2019) juga menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat berpengaruh terhadap nilai suatu perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan dapat dilihat dari pertumbuhan dan kinerja perusahaan. Nilai perusahaan sangat

penting karena hal tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan yang bisa mempengaruhi keputusan penanam modal kepada perusahaan.

Teori sinyal digunakan dalam penelitian ini. Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini dapat berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik (investor). Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan (Simanungkalit et al., 2022). Teori sinyal menyatakan cara suatu perusahaan yang diambil oleh manajemen untuk memberikan sinyal atau petunjuk kepada investor tentang prospek perusahaan tersebut. Isyarat atau sinyal merupakan tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan pada saat mengetahui informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai internal dari suatu perusahaan serta prospek perusahaan di masa mendatang daripada pihak investor (Siswanti & Ngumar, 2019).

Nilai perusahaan adalah harga pasar ekuitas perusahaan ditambah harga pasar pinjaman. Oleh karena itu, peningkatan total ekuitas perusahaan terhadap hutang perusahaan bisa mewakili harga perusahaan. Nilai sebuah perusahaan dapat menggambarkan kondisi perusahaan itu. Berdirinya suatu perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas, yaitu mencapai keuntungan maksimal, memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, tingginya nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset. Nilai perusahaan dapat dijadikan sebagai ukuran keberhasilan manajemen perusahaan atas prospek kinerja perusahaan dimasa mendatang sehingga dapat mewujudkan kepercayaan bagi pemegang saham perusahaan, karena apabila kesejahteraan pemegang saham sudah mampu terpenuhi, maka sudah pasti keadaan tersebut mencerminkan bahwa nilai perusahaan juga tinggi (Yuliani & Jonnardi, 2019). Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan (Siswanti & Ngumar, 2019).

Struktur modal (*capital structure*) adalah cara perusahaan mendanai bisnisnya dengan kombinasi sumber dana jangka panjang dan jangka pendek. Struktur modal biasanya mencakup dua jenis modal yaitu modal sendiri (*equity*) dan modal pinjaman (*debt*). Struktur modal yang ideal adalah struktur yang dapat mengoptimalkan nilai perusahaan dan meminimalkan biaya modal. Hal ini bergantung pada beberapa faktor, seperti risiko bisnis, keuntungan, kondisi pasar, dan tingkat suku bunga. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mengevaluasi struktur modalnya secara terus-menerus untuk memastikan bahwa struktur modalnya sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya (Simanungkalit et al., 2022).

Profitabilitas bermanfaat dalam mengukur bagaimana keahlian perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada periode waktu spesifik. Perusahaan dengan

kemampuan menghasilkan laba yang tinggi akan menjadi sinyal positif bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan dapat memenuhi kewajiban untuk membayarkan dividen kepada para pemegang saham perusahaan. Investor tentunya akan mengharapkan return yang sesuai dengan kompensasi atau risiko yang diambil apabila menanamkan modalnya di suatu perusahaan. Permintaan saham perusahaan yang meningkat akan menaikkan harga saham dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Simanungkalit et al., 2022). Profitabilitas yang lebih besar akan menarik minat penanam modal untuk memasukkan dananya kepada perusahaan karena para investor memiliki asumsi apabila return yang akan diperoleh juga lebih besar. Dalam studi ini, profitabilitas dapat diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) yaitu rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aktiva dengan menggunakan aktiva (Anggraini & MY, 2021).

Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan adalah semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan akan mengakibatkan nilai perusahaan semakin tinggi, sehingga dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Anggraini & MY, 2021). Perbandingan ini sangat penting untuk pihak pemilik saham yakni untuk mengenali seberapa besar kemampuan pengurusan modal individu yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan (Yulisa & Wahyudi, 2023).

Ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal untuk menarik investor dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala

perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan penilaian skala besar kecilnya perusahaan yang ditentukan total aset yang dimiliki oleh perusahaan, hal tersebut menjadi pertimbangan bagi calon investor untuk menanamkan dananya ke perusahaan (Simanungkalit et al., 2022).

Profitabilitas dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan (Simanungkalit et al., 2022). Nilai perusahaan berperan penting dalam menunjukkan kemakmuran pemegang saham dalam perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan berperan penting dalam menunjukkan kemakmuran pemegang saham dalam perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang tercermin dari harga saham perusahaan dan mencerminkan nilai aset dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi, karena para investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang dapat memberikan keuntungan yang tinggi. Selain itu, perusahaan yang lebih besar dan memiliki akses ke sumber daya yang lebih besar juga cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Namun, hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan tidak selalu linier.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang terlalu besar atau terlalu kompleks dapat memiliki nilai perusahaan yang lebih rendah, karena risiko

manajemen dan biaya operasional yang lebih besar. Di sisi lain, perusahaan yang lebih kecil dan lebih fokus pada spesialisasi produk atau layanan tertentu dapat memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Dalam hal ini, untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus mencapai keseimbangan yang tepat antara profitabilitas dan ukuran perusahaan. Mereka harus berusaha untuk meningkatkan profitabilitas dengan cara yang efektif dan efisien, serta mempertahankan ukuran perusahaan yang sesuai dengan tujuan bisnis dan kondisi pasar. Selain itu, perusahaan juga harus berfokus pada pengembangan produk dan layanan baru yang inovatif, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengelola risiko secara efektif, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa depan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan terdapat fenomena yang menarik terkait topik penelitian. Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten, menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang nilai perusahaan dengan judul Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disajikan, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah struktur modal perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disajikan, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis apakah struktur modal perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Menguji dan menganalisis apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Menguji dan menganalisis apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi pada pengetahuan tentang hubungan antara struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.
2. Membantu pengambil keputusan, seperti manajer keuangan dan investor, untuk memahami hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan nilai perusahaan.

1.5 Sistematika penulisan

Berikut uraian sistematika penulisan dalam penelitian ini yang dijabarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu menjabarkan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua menjabarkan mengenai penelitian terdahulu, kajian teoritis mengenai objek penelitian, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjabarkan mengenai metode penelitian, batasan penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian baik variabel independen maupun dependen, sampel, metode pengumpulan data sampai teknis analisis data penelitian.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini membahas mengenai gambaran subjek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran