

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang memiliki tujuan tertentu dalam pendiriannya. Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya ingin dapat memenuhi kebutuhan kepentingan manajemen maupun pemegang sahamnya. Tujuan utama perusahaan adalah mencapai laba sebesar-besarnya untuk kepentingan pemilik dan investor guna meningkatkan nilai perusahaan. Tidak banyak perbedaan tujuan bisnis, namun yang membedakan hanyalah penekanan pada bisnis sesuai dengan tujuan bisnis (Ambarwati, 2021). Tujuan perusahaan bukan hanya berorientasi pada memaksimalkan keuntungan saja, namun perusahaan juga berfokus pada meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Widiastari & Yasa, 2018).

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Setiap pengusaha selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaannya adalah peluang investasi yang tepat. Dalam menginvestasi investor tidak sembarangan memilih perusahaan. Nilai perusahaan menjadi penting untuk perusahaan mengingat investor lebih tertarik dengan kinerja perusahaan yang baik. Harga saham yang tinggi menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi, dengan begitu kemakmuran investor pun ikut tinggi (Ambarwati, 2021).

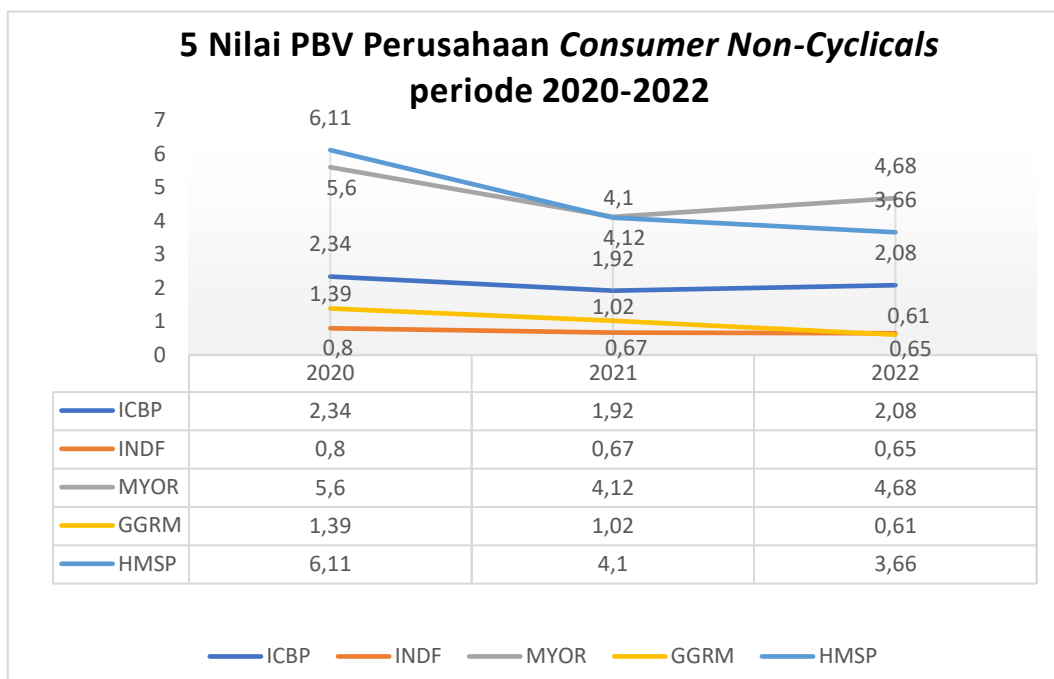
Penelitian ini menggunakan konsep teori sinyal (*signalling theory*). Menurut (Spence, 1973) teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. *Signaling theory* menekankan pentingnya informasi yang diberikan oleh perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi oleh pihak luar, termasuk investor dan pemangku kepentingan lainnya, dengan menerima informasi tersebut investor dapat menentukan keputusan investasi pada perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik untuk keuntungan mendatang.

Ketika informasi yang disampaikan oleh perusahaan memberikan sinyal positif dan meyakinkan investor, maka investor akan cenderung berinvestasi pada perusahaan tersebut, yang dapat meningkatkan permintaan saham dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika informasi yang diberikan perusahaan memberikan sinyal negatif atau kurang meyakinkan, maka investor cenderung tidak bersedia untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, yang dapat menurunkan permintaan saham dan akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan sinyal yang positif dan meyakinkan terhadap prospek perusahaan di masa depan agar dapat mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan, beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya likuiditas, kebijakan hutang, kesempatan investasi dan ukuran perusahaan.

Pada awal tahun 2020 ini dunia dihebohkan dengan munculnya penyakit baru bernama penyakit *Coronavirus Disease-2019* (Covid-19). Penyakit ini disebabkan oleh jenis virus corona yang ditemukan oleh Organisasi Kesehatan Dunia.

Sehubungan dengan rekomendasi WHO, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) diberlakukan di Indonesia dengan diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 pada tanggal 31 Maret 2020. Pemberlakuan PSBB salah satunya berdampak pada operasional perusahaan karena menyebabkan berkurangnya atau terhentinya kegiatan ekonomi perusahaan selama pandemi (Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, 2020).

Seiring terjadinya wabah pandemi Covid-19 yang menyebar ke seluruh dunia ini mempengaruhi harga saham pada pasar saham. Hal ini menyebabkan harga di pasar saham menurun. Menteri keuangan dan BI berpandangan bahwa masa depan ekonomi di Indonesia ikut suram, dimana pertumbuhan ekonomi tertekan sampai -5,32% pada tahun 2020, kebijakan pemerintah untuk menerapkan *social distancing*, *work from home* dan kebijakan PSBB akibat pandemi Covid-19 juga berdampak pada melemahnya indeks harga saham gabungan (IHSG) dan juga beberapa perusahaan mengalami kerugian (Hanoatubun, 2020).



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

Gambar 1. 1 Grafik 5 nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals*

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bentuk kurva nilai PBV pada 5 emiten terbaik dari tahun 2020-2022 dalam sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang mengalami fluktuasi ditengah pandemi covid-19. Perusahaan HMSP pada tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan drastis dengan nilai 4,10. Pada tahun 2021 hingga 2022 masih mengalami penurunan namun masih wajar yaitu dengan nilai 3,66. Kemudian perusahaan MYOR nilai PBV pada tahun 2020-2021 tidak beda jauh dengan HMSP yakni mengalami penurunan dengan nilai 4.12. Namun pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan nilai PBV dengan nilai 4,68 di tahun 2022. Selanjutnya perusahaan ICBP pada tahun 2020-2022 masih mengalami penurunan wajar yaitu dengan nilai 1.92 di tahun 2022. Namun ICBP pada tahun 2022 mengalami kenaikan dengan nilai 2,08. Selanjutnya perusahaan GGRM pada tahun 2020-2022 terus mengalami penurunan yaitu dengan nilai 1,02 pada tahun

2021 dan pada tahun 2022 turun lagi menjadi 0,61. Perusahaan terakhir yaitu INDF dimana terjadi penurunan pada tahun 2020-2021 dengan nilai 0,67. Namun pada tahun 2021-2022 mengalami kenaikan yaitu 0,67 pada tahun 2022. Berdasarkan uraian diatas terlihat bahwa 5 emiten ini masih mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan nya yang diakibatkan dengan adanya wabah Covid-19.

Berdasarkan fenomena diatas terdapat juga berita yang mendukung atas fenomena tersebut yang menyatakan bahwa indeks saham sektor *consumer non-cyclicals* merupakan indeks sektoral dengan penurunan terdalam sejak awal tahun 2021. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks sektor *consumer non-cyclicals* turun 15,63% secara *year to date* (ytd). Indeks ini berisi saham-saham dari berbagai bidang usaha, seperti CPO, produsen rokok, kebutuhan pokok, makanan olahan dan produk kecantikan. 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% (Kontan.co.id).

Namun setelah adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) darurat sejak tanggal 3-20 Juli 2021 khusus di Jawa dan Bali mendorong saham-saham di sektor kesehatan dan konsumen untuk melaju lebih kencang. Hal tersebut sudah nampak dari kembalinya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) ke level 6.000an pada perdagangan Kamis (1/7/2021). Kenaikan IHSG 0,34% ke 6.005,95 terutama ditopang oleh indeks sektoral kesehatan yang menguat 1,9%,

diikuti indeks sektor *consumer non-cyclical* 1.8%, dan indeks sektor *consumer cyclical* 1,2% (Beritasatu.com).

Fenomena fluktuasi saham di tengah pandemi Covid-19 tentu akan mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*s saat ini. Terlihat bahwa salah satu perusahaan tersebut mengalami penurunan harga saham di mana harga saham sering dikaitkan dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, maka dari itu penting untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor Pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Likuiditas. Menurut Kasmir (2012:128) rasio likuiditas adalah ketidaksanggupan emiten melunasi liabilitas jangka pendek yang telah jatuh tempo. Adapun penyebab ketidaksanggupan perusahaan antara lain : tidak memiliki dana; menunggu waktu pencairan asset. Manajemen likuiditas mendorong penciptaan nilai perusahaan yang baik. Secara umum, likuiditas mengacu pada kemampuan emiten untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Hartzell et al., 2018). Penelitian (Ambarwati, 2021) likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan didapatkan semakin tinggi nilai likuiditas maka akan tinggi nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda oleh (Indrayani et al., 2022) bahwa rasio likuiditas tidak berpengaruh didapatkan likuiditas yang tinggi menunjukkan adanya dana yang mengangur pada perusahaan.

Faktor Kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Kebijakan Hutang. Kebijakan utang adalah kebijakan yang dilakukan perusahaan untuk

mendanai operasinya dengan menggunakan utang keuangan yang biasa disebut *financial leverage* (Brigham F, 2011:78). Perusahaan dengan tingkat utang yang lebih tinggi akan dapat meningkatkan laba per lembar sahamnya yang akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan, yang berarti meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian (Verdian & Ispriyahadi 2020) kebijakan hutang memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda dengan penelitian (Suardana et al., 2020) bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kesempatan investasi. Kesempatan investasi dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan karena kesempatan investasi dalam suatu perusahaan merupakan keputusan yang diambil oleh manajemen ketika memilih suatu investasi, yang memungkinkan untuk memilih satu atau lebih opsi investasi yang diyakini akan paling menguntungkan. Menurut (Merta & Fauziah, 2021) investasi adalah penanaman modal yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang. Perusahaan yang berinvestasi besar-besaran dapat menciptakan sentimen positif di kalangan investor, sedangkan kenaikan harga saham perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa adanya peluang investasi dapat menjadi sinyal positif bagi pertumbuhan perusahaan ke depan dan meningkatkan harga saham yang mengindikasikan besarnya nilai perusahaan. Penelitian (Vivi Tri Astuti, 2021) kesempatan investasi memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan ini berbanding terbalik dengan penelitian (Putri

et al., 2022) yang menunjukkan kesempatan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor Keempat yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Ukuran Perusahaan. Menurut (Brigham F, 2011:4) Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset dan total ekuitas. Ukuran perusahaan dapat berdampak pada nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan, semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pembiayaan baik internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran atau besarnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dengan besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan (Mudjijah et al., 2019). Ukuran perusahaan dijadikan sebagai acuan dalam menilai kinerja perusahaan, dan kinerja perusahaan yang baik dapat meningkatkan total aset sehingga ukuran perusahaan meningkat. Perusahaan besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil dimana investor ingin membeli saham perusahaan tersebut, yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian (Vivi Tri Astuti, 2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan dalam penelitian (Indrayani et al., 2022) menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan dan juga terdapat hasil penelitian yang dilakukan dahulu yang terlihat tidak konsisten maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Kebijakan Hutang, Kesempatan Investasi ,Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: ;

1. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022?
2. Apakah Kebijakan Hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022?
3. Apakah Kesempatan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah;

1. Mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022.
2. Mengetahui pengaruh Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022.
3. Mengetahui pengaruh Kesempatan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022.
4. Mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kontribusi dalam teori, praktek maupun kebijakan :

1. Kontribusi Teoretis
 - a. Penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan tentang nilai perusahaan dan juga dapat memberikan masukan tentang hasil penelitian yang terkait nilai perusahaan.
 - b. Peneliti yang akan datang, juga bisa menambah referensi bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan dan mengembangkan penelitian mengenai topik ini.
 - c. Bagi Penulis, juga bisa sebagai menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh likuiditas, kebijakan hutang, keputusan investasi ,dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia 2020-2022.
2. Kontribusi Praktik
 - a. Bagi perusahaan *consumer non-cyclicals* yang ada di BEI, Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan dan menilai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang ada di BEI.
 - b. Bagi investor, juga bisa menilai perusahaan yang ada di BEI yang sesuai dengan nilai perusahaan dan membantu pada mengambil keputusan investasi.
 - c. Bagi masyarakat umum, juga bisa menyampaikan pengetahuan tentang aktivitas perusahaan.

3. Kontribusi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dan wawasan tentang nilai perusahaan. Penelitian ini juga diperlukan sebagai acuan dalam penelitian yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Adapun sistematis dari seluruh proposal penelitian ini dibagi menjadi tiga bab dan menjelaskan beberapa sub-bab sebagai berikut. :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memberikan latar belakang penelitian yang memperlakukan isu-isu penting sebagai fenomena yang layak dipelajari dan diamati, merumuskan masalah secara konkrit yang akan dicari jawabannya melalui penelitian, menentukan tujuan penelitian untuk memenuhi kebutuhan informasi peneliti dan manfaat penelitian dituju bagi pembaca, instansi atau lembaga yang terkait, serta sistematika penulisan secara umum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai kaitan pustaka dari penelitian terdahulu yang memunculkan landasan teori, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian yang mendasari dan mendukung penelitian ini. Oleh karena itu, teori dijelaskan secara sistematis mulai dari teori yang bersifat umum hingga teori yang bersifat khusus, sebagai fondasi utama dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara penelitian dan teori, sehingga

memudahkan para pembaca untuk memahami konteks penelitian dengan baik, serta menghasilkan kesimpulan yang valid dan akurat.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang desain penelitian yang meliputi rancangan penelitian yang akan dilakukan peneliti, batasan penelitian meliputi informasi yang berkaitan dengan batasan subjek penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengisian variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, alat penelitian, uji validitas dan uji reliabilitas, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang menyampaikan data yang diperoleh dengan menganalisis metode.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subjek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.