

## BAB I PENDAHULUAN

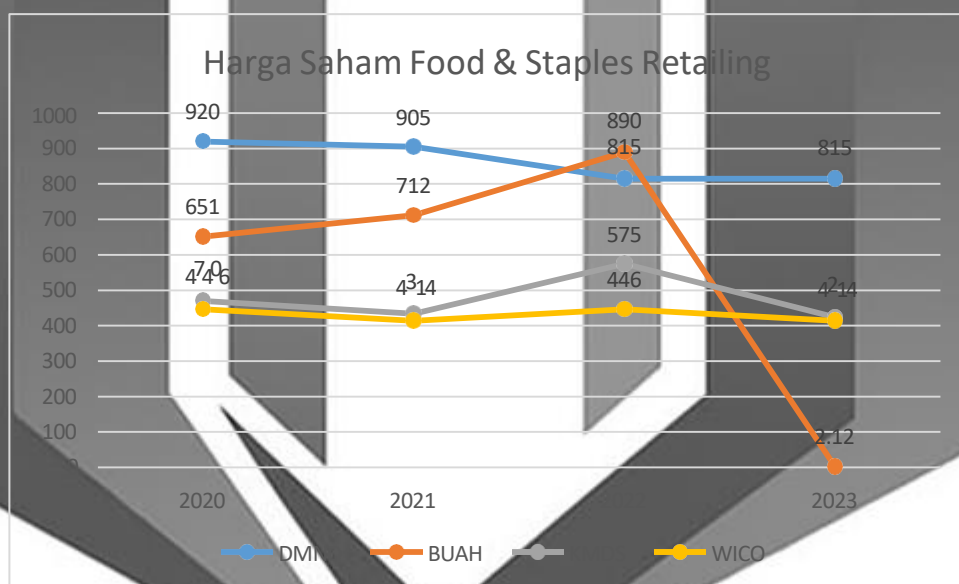
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan sebagai entitas yang beroperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi yang umumnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba maksimal tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemiliknya. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai rencana strategis dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Seiring dengan meningkatnya minat serta pengetahuan masyarakat terkait dengan pasar modal, bagi investor nilai perusahaan merupakan salah satu faktor yang mencakup penting untuk dipertimbangkan. Investor dalam melihat nilai perusahaan tidak dapat dipisahkan dari informasi perusahaan tersebut mengenai laporan keuangan yang dikeluarkan setiap tahunnya.

Perusahaan yang sahamnya telah diperjual belikan secara umum di pasar bursa bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Dapat dilihat dari sudut pandang manajemen keuangan, Peningkatan nilai perusahaan diartikan dengan memaksimalkan kesejahteraan pemilik saham (*shareholder*) melalui kebijakan investasi, keputusan pendanaan dan keputusan *dividen* yang tercermin dalam harga saham di pasar modal. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menyerahkan pengelolaan perusahaan bertanggung jawab mengelola perusahaan yang disebut manajer. Para manajer yang diangkat oleh *shareholder* dan diharapkan bertindak atas nama *shareholder*, untuk memaksimalkan

profitabilitas dan nilai perusahaan sehingga kemakmuran *shareholder* akan dapat tercapai.

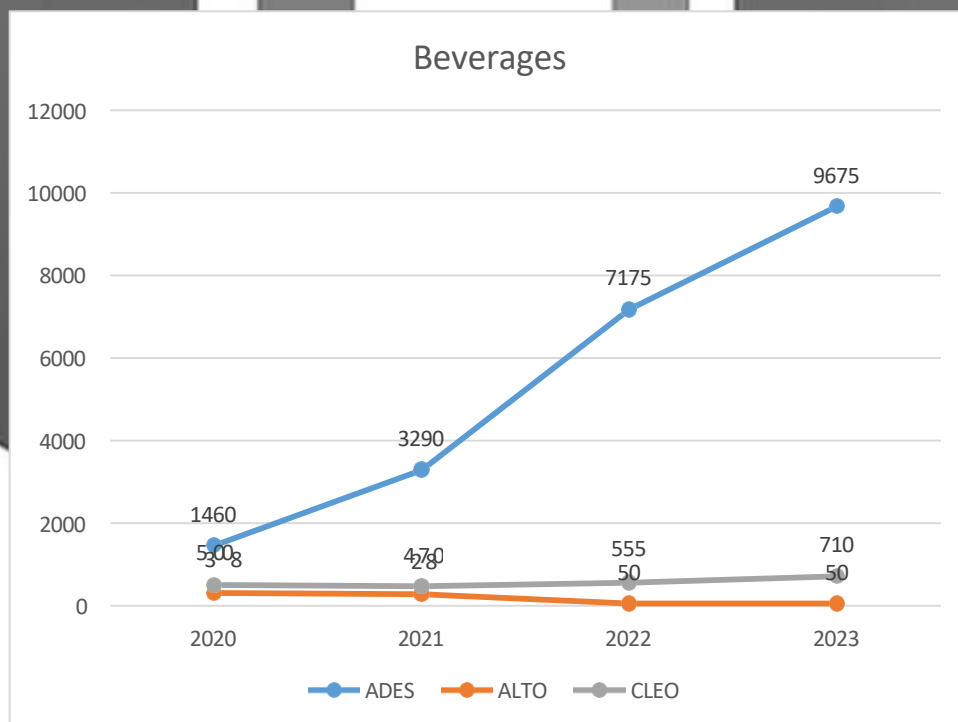
Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dihubungkan dengan harga saham. Harga saham yang semakin tinggi, maka semakin tinggi juga tingkat pengambalian kepada investor dan semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan perusahaan tersebut yakni dengan cara memaksimalkan kemakmuran bagi pemegang saham. Nilai perusahaan tidak bergantung hanya pada kemampuan yang menghasilkan arus kas, tetapi bergantung juga pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan yang diambil alih oleh pemegang perusahaan tersebut (Meidiawati & Mildawati, 2016).



**Gambar 1. 1 Grafik Harga Saham Food & Staples Retailing**

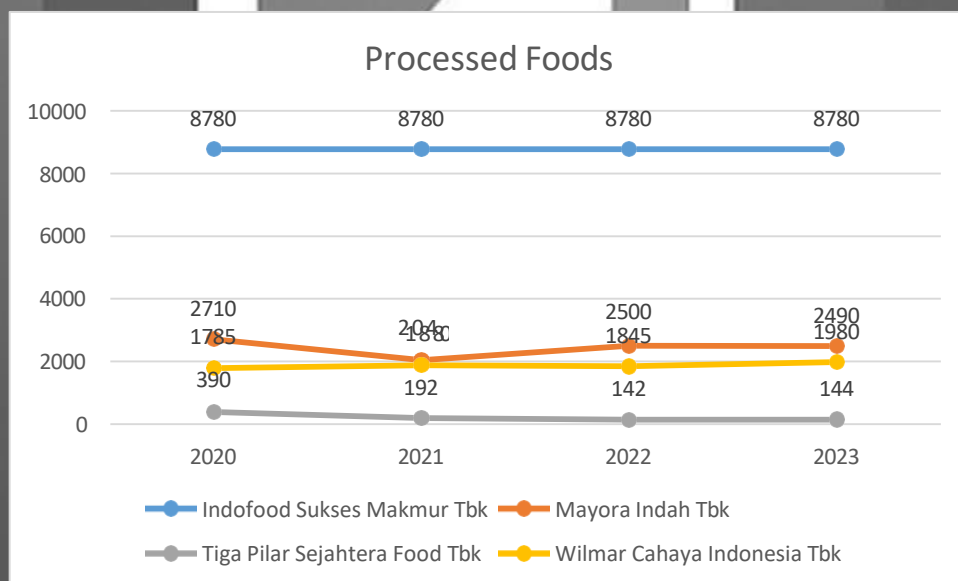
Pada Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa perusahaan DMND dari tahun 2020 sebesar Rp 920, tahun 2021 sebesar Rp 905 dan tahun 2022 sampai 2023

mengalami harga yang stabil sebesar Rp 815. Kemudian, perusahaan BUAH pada tahun 2020 sebesar Rp 651, tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar Rp 712, tahun 2022 mengalami peningkatan kembali sebesar Rp 890, dan tahun 2023 mengalami penurunan sebesar Rp 212. Perusahaan KMDS pada tahun 2020 sebesar Rp 470, tahun 2021 mengalami penurunan sebesar Rp 434, tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar Rp 575 dan tahun 2023 mengalami penurunan kembali sebesar Rp 424. Sedangkan, Perusahaan WICO pada tahun 2020 sebesar Rp 446, tahun 2021 mengalami penurunan sebesar Rp 414, tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar Rp 446 dan tahun 2023 mengalami penurunan kembali sebesar Rp 414. Perusahaan tersebut mengalami harga saham yang bersifat fluktuatif, hal ini disebabkan oleh faktor eksternal. Faktor eksternal yang dimaksudkan adalah salah satunya pandemic covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2019 sampai dengan akhir tahun 2022.



**Gambar 1. 2 Grafik Harga Saham Sub Sektor Beverages**

Pada Gambar 1.2 dapat diketahui bahwa perusahaan ADES dari tahun 2020 sebesar Rp 1460, tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar Rp 3290, tahun 2022 mengalami peningkatan kembali yang cukup signifikan sebesar Rp 7175 dan pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar Rp 9675. Kemudian perusahaan ALTO tahun 2020 sebesar Rp 208, tahun 2021 mengalami penurunan sebesar Rp 280, tahun 2022 mengalami penurunan kembali sebesar Rp 50, dan stabil di tahun 2023 sebesar Rp 50. Sedangkan perusahaan CLEO tahun 2020 sebesar Rp 500, tahun 2021 mengalami penurunan sebesar Rp 470, tahun 2022 mengalami peningkatan kembali sebesar Rp 555, dan tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar Rp 710.



**Gambar 1. 3 Grafik Harga Saham Subsektor Processed Foods**

Pada Gambar 1.3 dapat diketahui bahwa perusahaan INDF dari tahun 2020 sampai dengan 2023 stabil dengan harga Rp 8780. Kemudian perusahaan MYOR tahun 2020 sebesar Rp 2710, tahun 2021 mengalami penurunan sebesar

Rp 2040, tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar Rp 2500, dan di tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar Rp 2490. Perusahaan AISA tahun 2020 sebesar Rp 390, tahun 2021 mengalami penurunan sebesar Rp 192, tahun 2022 mengalami penurunan kembali sebesar Rp 142, dan di tahun 2023 mengalami penurunan sebesar Rp 144. Sedangkan perusahaan CEKA tahun 2020 sebesar Rp 1780, tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar Rp 1880, tahun 2022 mengalami penurunan sebesar Rp 1845, dan di tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar Rp 1980.

Berdasarkan data harga saham di atas maka, harga saham *consumer non-cyclicals* tahun 2020 sampai 2023 *sub-industry* minuman, *retailing &* distributor makanan, dan makanan olahan secara keseluruhan mayoritas mengalami penurunan. Penurunan harga pada tahun 2020 sampai dengan 2021 disebabkan oleh pandemi *covid-19*. Penurunan nilai perusahaan ini menjadi suatu fenomena yang sangat menarik untuk diteliti. Penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti memilih tiga sector yakni retail makanan dan kebutuhan pokok, minuman, serta makanan olahan. Pemilihan ketiga sector ini didasarkan pada stabilitas harga saham yang relatif tinggi dari tahun 2020 hingga 2023.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Profitabilitas. Profitabilitas sendiri dapat dipahami sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengukur seberapa efektif dan efisien penggunaan pendapatannya. Menurut (Meidiawati & Mildawati, 2016) profitabilitas merupakan gambaran dan efisiensi manajemen dalam menjalankan suatu usaha.

Investor menginvestasikan uangnya pada suatu bisnis dengan harapan memperoleh keuntungan, berupa pembagian dividen atau *capital gain*. Jika manajemen perusahaan efektif, biaya operasional dapat ditekan, yang berpotensi meningkatkan laba bersih. Keuntungan yang meningkat ini kemudian dapat berdampak positif pada nilai perusahaan. Keuntungan yang tinggi dari perusahaan akan menarik minat investor untuk berinvestasi. Kenaikan permintaan atas saham tersebut dapat menyebabkan penilaian pasar saham melebihi nilai yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan, sehingga meningkatkan valuasi perusahaan secara keseluruhan. Pernyataan yang telah disampaikan di atas sesuai dengan hasil penelitian Pande Putu Dyan Rosita *et al.*, (2022), Sari & Juniati Gunawan (2023), Nurhayati *et al.*, (2020) dan Aeni & Asyik (2019) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Susanti & Samara (2022) dan Ananda (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan mencakup besar kecilnya sebuah perusahaan yang diperlihatkan oleh aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan total aset rata-rata (Susanti & Samara, 2022). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan laba dari para kreditor guna mencapai tujuannya. Dengan meningkatnya kemampuan dan sumber daya yang dimiliki, perusahaan menunjukkan performa yang lebih baik, dan kemampuan keuangan perusahaan besar lebih dipercaya oleh lembaga keuangan. Hal ini memberikan akses yang lebih besar bagi perusahaan besar untuk mendapatkan

pinjaman. Dengan demikian, perusahaan dapat tumbuh lebih pesat, meskipun pemegang saham tidak memiliki kendali penuh atas perusahaan mereka (Putra & Lestari, 2016). Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian Susanti & Samara (2022) dan Putra & Lestari (2016) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Aeni & Asyik (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi yaitu Struktur Modal. Struktur modal ini sendiri adalah suatu perbandingan atau imbang pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan dan cadangan. Struktur modal merupakan proporsi pengeluaran perusahaan dengan sumber pendanaan jangka panjang yang berasal dari dana internal dan eksternal (Pande Putu Dyan Rosita *et al.*, 2022). Teori Struktur Modal menjelaskan bahwa cara perusahaan mendanai dirinya secara optimal akan mempengaruhi struktur modalnya. Tujuan dari kebijakan pendanaan ini adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan harga sahamnya (Nurhayati *et al.*, 2020). Menggunakan utang sebagai modal usaha memiliki efek positif namun juga memiliki konsekuensi negatif. Peningkatan jumlah utang dapat meningkatkan risiko kebangkrutan perusahaan, yang pada gilirannya dapat menurunkan nilai perusahaan karena investor kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan tersebut. Jika pinjaman tidak dikelola secara efektif, sehingga jumlahnya berlebihan dan melebihi batas yang

optimal, laba perusahaan akan turun karena biaya pinjaman yang tinggi. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan investor dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian (Ananda, 2017), (Fitriana, 2021) dan (Meidiawati & Mildawati, 2016) membuktikan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Nurhayati *et al.*, 2020) struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan melihat dari beberapa penelitian dengan hasil yang berbeda, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan Pemaparan pada latar belakang diatas. Peneliti dapat merumuskan permasalahannya antara lain:

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

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan Subsektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI.

2. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan Subsektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI.
3. Mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan Subsektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan melalui penelitian yang dilakukan, hasil penelitian dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI melalui ukuran kuantitatif analisis data. Selain menentukan keputusan keuangan, mengidentifikasi dan menetapkan prosedur strategis masa depan perusahaan. Bagi para manajer dan pemilik perusahaan, dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk memutuskan bagaimana cara mengembangkan serta memperkuat strateginya atau juga sistem pada perusahaan dapat memberikan kinerja yang lebih optimal.

#### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Skripsi ini akan dibagi menjadi beberapa bab utama, yaitu:

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi uraian tentang pendahuluan dan merupakan bagian awal dari skripsi yang terdiri dari ; Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai pembahasan Penelitian terdahulu, Kerangka pemikiran.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengujian Hipotesis.

#### Bab IV : MANFAAT PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran subjek penelitian yaitu pada Subsektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023 dan analisis data.

#### Bab V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang Kesimpulan penelitian ini tentang menguji pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Subsektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI 2020-2023 dengan menggunakan tiga subsector yaitu perusahaan Food&Retailing, perusahaan Beverages dan perusahaan Proccesed Food.