

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan komersial saat ini antara perusahaan tidak terlepas dari perkembangan kekuatan di bidang ekonomi, masyarakat politik dan kecanggihan teknologi. Banyak perusahaan berlomba – lomba dalam meningkatkan kualitas perusahaan agar mampu bersaing di pasar dan dapat menarik konsumen. Oleh karena itu, untuk mempertahankan posisi atau keunggulan suatu perusahaan dapat dilakukan dengan mengambil berbagai langkah strategis yang dipilih secara tepat.

Setiap perusahaan perlu meningkatkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan faktor yang menjadi pertimbangan investor dalam menanamkan modalnya. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator kinerja keuangan emiten. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari harga pasar saham yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi juga menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka investor akan menerima tambahan pendapatan selain dividen yang diberikan perusahaan yaitu berupa capital gain atas saham yang dimilikinya (Nurlailah et al., 2020).

Pandemi Covid-19 yang terjadi di dunia juga mempengaruhi dunia investasi di Indonesia. Sejak kasus Covid-19 ini diumumkan, tren IHSG menjadi menurun. Fluktuasi di pasar modal mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi karena menganalisis pasar modal tidak hanya sekedar melihat dari angka saja, tetapi juga melihat dari aspek keuangan perilaku atau ekonomi

perilaku pelaku investasi atau investor. Dilansir dari berita Kompas pada tanggal 20 September 2020 sejak pandemi, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) belum mampu kembali ke posisi semula, yakni pada Maret 2020 berada di kisaran level 5.942. Penurunan terbesar terjadi pada April 2020 saat indeks mencapai level terendahnya sepanjang tahun 2020 di kisaran level 3.937 (www.money.kompas.com). Berita di Katadata pada 29 Juni 2020, menyatakan bahwa produk kesehatan naik 73,3%, sembako naik 65,8%, pulsa atau paket data naik 56,6%, makanan dan minuman jadi naik 6,1%. Pengeluaran untuk produk perawatan kesehatan, bahan makanan dan pulsa telepon seluler meningkat lebih dari 50%. Persentase perubahan konsumsi masyarakat dari 4 barang konsumsi tertinggi adalah produk kesehatan, sembako, pulsa atau paket data, makanan dan minuman siap saji. Dimana 3 barang konsumsi tersebut merupakan hasil produksi dari perusahaan di industri barang konsumsi yang merupakan subbagian dari sektor manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) (www.databoks.katadata.co.id). Dilansir dari berita Kontan pada 3 April 2020, saat data mingguan Bursa Efek Indonesia (BEI) dirilis, ada tiga indeks sektor yang mendukung pergerakan IHSG dalam satu pekan, yaitu sektor industri dasar yang tumbuh sebesar 11,39%, sektor manufaktur dengan pertumbuhan 6,01% dan sektor barang konsumsi yang meningkat 5,46% per minggu (www.investasi.kontan.co.id).

Berdasarkan fenomena kenaikan indeks harga saham pada beberapa sektor tersebut tentunya perlu menjadi perhatian khusus. Karena dengan naiknya harga saham perusahaan maka akan merubah citra atau persepsi terhadap nilai

perusahaan, sehingga mempengaruhi minat investor terhadap perusahaan tersebut. Banyak perusahaan yang bersaing untuk berupaya mencapai kondisi yang stabil dan terus berkembang dari masa ke masa. Persaingan tersebut menyebabkan investor semakin selektif dalam memilih perusahaan untuk melakukan investasi. Penurunan laba dan saham membuat para penanam modal merubah pandangannya terhadap nilai perusahaan sehingga berdampak pada minat untuk investasi. Keadaan ini mungkin dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk menemukan penyebab dan membuktikannya. Ada berbagai faktor yang berpengaruh pada nilai perusahaan, seperti kepemilikan manajerial, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan.

Menurut Rinahq & Widyawati (2020) Kepemilikan manajerial merupakan para pemegang saham yang juga sebagai pemilik perusahaan mempunyai tugas dan wewenang serta aktif ikut dalam pengambilan suatu keputusan pada perusahaan atau dewan komisaris dan dewan direksi. Peningkatan kepemilikan manajerial membantu untuk menghubungkan kepentingan pihak internal dengan pemegang saham yang mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih baik demi meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Widayanti & Yadnya (2020) menyatakan bahwa: Perbedaan minat antara manajer dan pemegang saham ini menimbulkan konflik yang biasa disebut dengan konflik keagenan (*agency conflict*). Konflik semacam ini disebabkan oleh kenyataan bahwa manajer cenderung mengutamakan kepentingan pribadi dan tidak sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai pemegang saham, yaitu

memaksimalkan kesejahteraan pemilik. Pemegang saham atau pemilik perusahaan akan berusaha mengatasi konflik ini dengan melakukan pengawasan terhadap manajer, namun dalam mengatasi konflik tersebut akan menimbulkan biaya yang disebut biaya keagenan. Berdasarkan teori keagenan, kepemilikan manajerial diduga meminimalkan *agency conflict*, karena untuk mengurangi biaya keagenan adalah dengan memberikan manajer kepemilikan saham perusahaan. Kepemilikan saham yang diberikan kepada direksi disebut kepemilikan administratif. Dengan kepemilikan manajerial, para manajer berkesempatan untuk terlibat langsung dalam kepemilikan saham, sehingga secara langsung menciptakan posisi yang setara dengan pemegang saham. Hal ini efektif bagi manajer untuk meningkatkan kinerja bisnis dan meningkatkan keuntungan bisnis, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Widayanti & Yadnya, 2020).

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh efek leverage. Menurut (Dwipa et al., 2020) menyatakan bahwa: leverage adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya dalam jangka pendek dan jangka panjang atau untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Berdasarkan teori sinyal semakin tinggi tingkat utang perusahaan, maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk membayar utang yang didapat dari keuntungan perusahaan karena dianggap sebagai perusahaan dengan posisi keuangan yang baik yang dapat menanggung risiko karena utang yang tinggi. Tingginya utang perusahaan juga mendorong pertumbuhan investasi karena akan meningkatkan sumber pendanaan perusahaan. Sebagian besar dana yang dimiliki perusahaan akan digunakan untuk kegiatan reinvestasi guna merealisasikan

keuntungan yang lebih tinggi di masa yang akan datang. Peningkatan utang dapat mengirim sinyal positif kepada investor seiring dengan meningkatnya peluang pertumbuhan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan(Widayanti & Yadnya, 2020). Dalam riset yang dilakukan oleh Ma'arif & Agustin(2020) hasil riset menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam riset Dwipa et al.(2020) menunjukkan hasil bahwa leverage (DER) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dampaknya pada nilai perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selanjutnya faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Menurut Dwipa et al.(2020) menyatakan bahwa: Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu. Hal tersebut penting untuk diperhitungkan, karena jika tidak membayar kewajiban dapat mengakibatkan kebangkrutan perusahaan. Menurut Firda et al.(2021) berdasarkan teori sinyal, likuiditas hipotetis dapat memberikan informasi kepada investor tentang keadaan perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat mengatasi fluktuasi bisnis. Sinyal yang baik ini dapat menarik investor baru untuk berinvestasi pada perusahaan yang sangat likuid, karena investor yakin bahwa perusahaan dapat segera memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga tertarik untuk membeli saham perusahaan. Meningkatnya minat investor akan meningkatkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Pada riset yang telah dilakukan Dwipa et al.(2020) hasil menunjukkan likuiditas berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pada riset Ma'arif & Agustin(2020) hasil melihat bahwa likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran perusahaan juga salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut K. Setiawan et al.(2021) ukuran perusahaan merupakan suatu nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan terus berkembang. Menurut Dwipa et al.(2020) berdasarkan teori sinyal, semakin besar perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari krediturnya dan dengan demikian memperoleh sejumlah besar sumber pendanaan internal dan eksternal. Perusahaan besar memiliki akses yang mudah ke pasar modal. Ini memberi investor sinyal positif. Selain itu, perusahaan besar seringkali memiliki kondisi yang lebih stabil yang membuat investor tertarik untuk memegang saham di perusahaan tersebut. Karena besarnya permintaan saham perusahaan, hal ini menyebabkan harga saham perusahaan naik di pasar modal. Meningkatnya permintaan saham perusahaan dapat merangsang harga saham di pasar modal untuk naik. Hal ini merupakan sinyal positif yang akan mempengaruhi pertumbuhan nilai perusahaan. Pada risetyang dilakukan Dwipa et al.(2020) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pada riset Rudangga & Sudiarta(2016) juga menunjukkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang, fenomena dan gaap tersebut, maka penulis bertujuan untuk melakukan riset dengan judul “PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, *LEVERAGE*, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.

4. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berharap bisa memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil pada riset kali ini berharap bisa berguna untuk memperluas wawasan serta ilmu pengetahuan terkhusus pada permasalahan yang berpengaruh pada nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta dapat digunakan sebagai referensi guna penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Guna yang didapat dari riset kali ini untuk peneliti ialah bisa membagikan pengalaman belajar dan menambahkan pengetahuan periset terikat pengaruh kepemilikan manajerial, leverage, likuiditas, serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Tidak hanya itu, serta menambahkan keterampilan dan kemampuan berfikir dalam perihal penyelesaian permasalahan sehingga bermanfaat di masa yang bakal tiba.

- b. Bagi Investor

Diharapkan mengenali aspek– aspek yang memengaruhi nilai industri serta berikutnya mengganti evaluasi kalau profit merupakan penanda

utama. Sanggup membawa organisasi jadi lebih baik eksklusifnya pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c. Bagi Masyarakat

Berharap bisa menyampaikan stimulus serta proaktif sebagai pengontrol atas aktivitas perusahaan manufaktur yang ada di lingkungan seputar rumah masing – masing.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum dari permasalahan yang akan dibahas. Dalam pendahuluan ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab tinjauan pustaka diuraikan beberapa teori dan hasil – hasil penelitian yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang diangkat. Uraian yang ada pada bab ini diharapkan dapat memberikan landasan ilmiah tentang perumusan metode dan arah penelitian serta pemecahan masalah.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini mencakup prosedur dan teknik penelitian. Metode penelitian merupakan langkah penting untuk memecahkan masalah – masalah penelitian.

Bab IV Gambaran Subyek Penelitian Dan Analisis Data

Pada bab ini menguraikan gambaran subyek dari penelitian ini dan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan beserta dengan analisis dari hasil tersebut.

Bab V Kesimpulan

Pada bab kesimpulan ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, kemudian berisi keterbatasan dan saran yang dapat diberikan guna penelitian selanjutnya.