BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman memberikan nilai persaingan yang ketat untuk banyak perusahaan di berbagai sektor bisnis, berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Tidak heran jika di zaman modern ini perusahaan besar menjadi prospek utama yang lebih dipilih oleh investor untuk menanamkan modalnya demi memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Investor lebih memilih perusahaan yang mempunyai nilai perusahaan tinggi dikarenakan dapat meningkatkan kemakmuran bagi pemegang saham. Hal ini sejalan dengan tujuan perusahaan yaitu untuk mencapai keuntungan maksimal. Semakin pesatnya dunia bisnis pada saat ini banyak perusahaan yang berlomba-lomba dalam mencapai maupun mempertahankan eksistensinya.

Industri barang konsumsi merupakan salah satu bidang industri yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Hal tersebut dikarenakan Industri Barang Konsumsi merupakan industri yang sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok dan untuk menjamin keberlangsungan hidup seluruh masyarakat di belahan dunia manapun. Industri Barang Konsumsi di Indonesia juga memperlihatkan suatu indikasi yang positif dalam pasar modal, hal ini ditunjukkan dengan seiring berjalannya waktu semakin banyak munculnya perusahaan Barang Konsumsi yang menjadi perusahaan *go public* (Handi Haryanto Lim, Kardinal, Ratna Juwita, 2015).

Berdasarkan www.bps.go.id, Sektor Industri Barang Konsumsi merupakan penopang dalam Perusahaan Manufaktur. Alasannya adalah Industri Barang Konsumsi memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan Sektor Industri Aneka Industri dan Sektor Industri Dasar dan Kimia. Berikut Tabel 1.1 merupakan rata-rata pertumbuhan Industri Manufaktur Tahun 2015-2018:

Tabel 1.1

Rata-rata Pertumbuhan Industri Manufaktur Tahun 2015-2018

No	Kelompok Perusahaan Manufaktur	Rata- Rata Pertumbuhan (%)
1.	Sub sektor Industri Makanan dan Minuman	8,7
2.	Sub Sektor Industri Plastik	6,9
3.	Sub Sektor Industri Mesin dan Alat Berat	5,5
4.	Sub Sektor Industri Logam dan Sejenisnya	4,15
5.	Sub Sektor Industri Tekstil dan Garmen	4,2
6	Sub Sektor Elektronik	3,3

Sumber : Laju Pertumbuhan Industri www.bps.go.id

Pada Tabel 1.1 memperlihatkan sub sektor industri makanan & minuman berada pada posisi pertama dari laju pertumbuhan Perusahaan Manufaktur. Sub sektor makanan dan minuman merupakan sub sektor dari Industri Barang Konsumsi. Pada posisi kedua ditempati oleh sub sektor industri Plastik. Industri ini merupakan salah satu sub sektor dari Sektor Industri Dasar dan Kimia. Posisi ketiga adalah sektor industri mesin dan alat berat. Industri ini merupakan salah satu sub sektor dari Sektor aneka industri . Tingginya laju pertumbuhan yang dimiliki Industri Barang Konsumsi berdampak pada tingginya nilai perusahaan dalam industri tersebut.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti memilih sektor industri barang konsumsi, karena sektor ini dianggap bisa bertahan dalam krisis global, terutama industri makanan dan minuman. Sektor industri barang konsumsi erat kaitannya dengan kebutuhan pokok manusia karena produknya dapat langsung dinikmati oleh konsumen tanpa harus jatuh ketangan produsen terlebih dahulu. Secara tidak langsung, sektor ini dapat mempresentasikan seberapa besar tingkat konsumtif masyarakat.

Banyak perusahaan di Indonesia yang bergerak di perusahaan sektor barang konsumsi yang terus mengembangkan produksinya sehingga di tuntut untuk meningkatkan kualitas produksinya tersebut. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan baik dan agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan kegiatan yang dijalankan pada waktu yang akan datang.

Tujuan dari perusahaan, utamanya bagi perusahaan *go-public* yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham semakin tinggi. Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan sebuah perusahaan, dimana terdapat penilaian khusus oleh calon investor terhadap baik buruknya kinerja keuangan perusahaan. Setiap pemilik perusahaan berusaha memberikan sinyal yang baik kepada publik tentang nilai perusahaan. Hal ini yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan modal dari eksternal untuk meningkatkan kegiatan produksi (Mardiyati, 2015). Nilai perusahaan dapat diukur dengan seperti *Price Earnings Rasio*(PER), *Price to Book Value*(PBV), dan *Earning Per Share*(EPS). Dalam penelitian ini indikator nilai perusahaan diprosikan dengan *Price to Book Value*(PBV). Banyak faktor

faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah struktur modal, ukuran perusahaan dan likuiditas. Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal.

Struktur modal merupakan proporsi pendanaan yang digunakan oleh sebuah perusahaan, di mana biasanya sebuah perusahaan menggunakan pendanaan internal dan eksternal. Pendanaan internal dapat berupa ekuitas yang dimiliki dan pendanaan eksternal berasal dari hutang. Dalam penelitian ini untuk mengukur struktur modal diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Salah satu rasio yang mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pendanaan adalah *debt to equity ratio*. Semakin tinggi DER yang dimiliki berarti perusahaan tersebut memiliki risiko yang semakin tinggi, karena pendanaan perusahaan lebih banyak dibiayai oleh hutang.

Ukuran perusahaan sebagai salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan skala penentuan besar kecilnya perusahaan yang dilihat melalui besarnya total aktiva, jumlah penjualan, maupun nilai pasar saham (Nurminda, 2017). Penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aset yang dimiliki, hal ini karena total aset dianggap lebih stabil sekaligus lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan. Perusahaan yang tergolong besar umumnya telah mengalami perkembangan, hal ini direspon positif oleh investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selain itu perusahaan besar juga relatif mempunyai peluang yang kecil mengalami kebangkrutan jika terkena masalah ekonomi, hal inilah yang menyebabkan investor lebih condong ke perusahaan besar dibanding perusahaan kecil karena perusahaan yang berukuran lebih besar akan relatif stabil dan mampu menghasilkan profit. Ukuran perusahaan merupakan faktor yang dapat menentukan profitabilitas suatu perusahaan, semakin tinggi profitabilitas maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut, jika para investor telah menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut maka harga saham perusahaan akan meningkat dan secara langsung berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas.

Likuiditas juga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk membayarkan kewajiban finansialnya. Likuiditas suatu perusahaan dapat mempengaruhi posisi finansial yang dapat berdampak pada kemampuan sebuah perusahaan memperoleh profitabilitasnya. Likuiditas perusahaan akan diikuti oleh tingginya tingkat kepercayaan kepada kreditur maupun investor untuk memberikan modalnya kepada perusahaan sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini rasio likuiditas diprosikan dengan *Current Ratio* (CR). Brigham dan Houston (2010) mengemukakan bahwa rasio lancar diperoleh dengan membandingkan aset lancar dengan kewajiban lancar perusahaan.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa hasilnya ada yang sejalan dan tidak. Salah satu hasil penelitiannya adalah yang pertama

Hubungan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2016) dan Rumondor (2015), mereka meneliti tentang pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian mereka menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhani (2017), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan ditunjukkan dengan hasil penelitian Pratama (2016) dan Prasetyorini dkk (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan ditunjukkan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Adita (2018) dan Hasanial (2016) mengemukakan bahwa likuiditas memiliki hubungan positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Wiguna (2016), Irawati (2016), dan Adelina (2014) mengemukakan bahwa likuiditas memiliki hubungan negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian penelitian terdahulu masih terdapat inkonsisten mengenai hasil penelitian dari variabel struktur modal, ukuran perusahaan, dan likuiditas yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang menggunakan variabel kebijakan deviden, profitabilitas, *leverage*, struktur aset dan pertumbuhan

penjualan, sedangkan pada penelitian sekarang hanya menggunakan tiga (3) variabel yaitu struktur modal, ukuran perusahaan dan likuiditas. Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa hasil penelitian terdahulu memiliki hasil yang belum konsisten terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengkaji kembali dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari struktur modal, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi pada tahun 2016-2019.

1.2.Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019 ?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019 ?
3. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019 ?
4. Apakah Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019 ?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan diatas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh Struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.
4. Menguji dan menganalisis Struktur Modal, ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indoensia tahun 2016-2019.

1.4.Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, diharapkan dapat memperkaya dan memperluas wawasan dan pemahaman mengenai manajemen keuangan dalam rangka menetapkan kebijakan maupun langkah merumuskan strategi pada perusahaan dan bagi investor sebagai bahan pertimbangan para investor untuk pengambilan keputusan investasi dalam menilai kinerja perusahaan