

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Laporan Indonesia Economic Prospect (IEP) Bank Dunia Juni 2022, perekonomian Indonesia diprediksi akan tumbuh 5,1 persen di tahun 2022 dan naik menjadi 5,3 persen di tahun 2023. Proyeksi Bank Dunia ini didasarkan pada beberapa faktor pendukung, seperti kepercayaan konsumen yang meningkat, nilai tukar perdagangan (*terms of trade*) yang lebih baik, dan lonjakan permintaan yang tertahan (*pent-up demand*).

Pemulihan ekonomi di Indonesia masih terus berlanjut, Setelah mampu tumbuh 3,7 persen di tahun 2021, momentum pemulihan ekonomi Indonesia terus berlanjut hingga triwulan I-2022. Pertumbuhan ekonomi tercatat cukup tinggi di tingkat 5,0 persen, meski sempat mengalami gelombang Omicron.

Meskipun demikian, Indonesia perlu mengantisipasi jika kondisi global memburuk, seperti tercermin dalam laporan *Global Economic Prospect* Juni 2022. Yaitu kondisi di mana pertumbuhan ekonomi global melambat signifikan dari 5,7 persen di tahun 2021 menjadi hanya 2,9 persen di tahun 2022 akibat eskalasi berbagai risiko, seperti inflasi yang tinggi yang memicu pengetatan kebijakan moneter di berbagai negara saat ini. Di sisi lain, inflasi Indonesia di tahun 2022 diprediksi oleh Bank Dunia akan mencapai 3,6 persen. Proyeksi ini masih dalam rentang target inflasi Bank

Indonesia dan asumsi makro dalam APBN sebesar 2 hingga 4 persen. (Kemenkeu, 24 Juni 2022)

Data Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatat, sektor barang konsumen primer yang melemah 7,43% secara year to date (ytd). Sementara sektor barang konsumen non-primer menguat 13,11% ytd. penguatan pada saham-saham *bigcaps* terjadi dalam beberapa waktu terakhir. Akan tetapi, hal tersebut belum dapat mengangkat kinerja sektor barang konsumen primer dari zona merahnya. Asal tahu saja, beberapa saham *bigcaps* yang tercatat dalam sektor ini ada UNVR dan HMSP. Adapun pergerakan saham UNVR melorot 30,95% ytd, sementara HMSP menurun 23,26% ytd. Penguatan saham-saham *bigcaps* yang terjadi dalam beberapa waktu terakhir tidak terlepas dari rotasi pergerakan saham di bursa yang cenderung melirik saham-saham jumbo menjelang akhir tahun.

Saham-saham sektor barang konsumen non-primer cenderung lebih sensitif terhadap sentimen-sentimen yang ada di pasar. Misalnya saja, pemulihan ekonomi dan pelonggaran Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akan mengerek saham di sektor tersebut, khususnya saham-saham ritel. Di sisi lain, konstituen sektor barang konsumen non-primer didominasi oleh saham-saham lapis kedua dan lapis ketiga yang mencetak kenaikan harga cukup tinggi sepanjang tahun. Berkaca dari *indeks SMC Composite*, indeks yang mengukur kinerja harga dari saham-saham yang memiliki kapitalisasi pasar kecil dan menengah, kinerjanya sudah meningkat hingga 25,85% ytd. (Kontan.co.id 19 Oktober 2021)

Selain itu, performa sektor barang konsumen primer memang tidak semenarik sektor consumer cyclical atau sektor barang konsumen non-primer. 2 Apalagi jika dikaitkan dengan pemulihan ekonomi dalam jangka panjang. Pertumbuhan laba akan lebih dirasakan oleh saham-saham cyclical. Di sisi lain banyak emiten barang konsumen primer yang membukukan margin lebih rendah saat ini. Hal tersebut tidak terlepas dari kenaikan bahan-bahan baku seperti harga crude palm oil (CPO), minyak, gandum sejak semester II 2021 hingga semester I 2021. Adapun saham UNVR masuk ke dalam jajaran 10 top losers sektor barang konsumen primer. Pada penutupan perdagangan Senin (19/7), UNVR tertekan 30,95% ytd menjadi Rp 5.075 per saham (Kontan.co.id, 9 November 2021).

Industri barang konsumsi merupakan industri yang cukup pesat perkembangannya dan sangat penting peranannya dalam perekonomian Indonesia. Hal ini menunjukkan di tengah situasi perekonomian global yang sedang tidak menentu ini saham di sektor barang konsumsi tersebut mampu bertahan. Banyak investor yang lebih tertarik menginvestasikan dananya pada perusahaan industri barang konsumsi ini karena kinerjanya meningkat setiap tahun dan merupakan salah satu sektor yang menawarkan saham-saham yang memiliki prospek yang menguntungkan. Ketertarikan investor terhadap saham perusahaan tersebut tercermin dari fluktuasi harga sahamnya di BEI. Perkembangan harga saham pada suatu perusahaan mencerminkan nilai saham perusahaan tersebut, sehingga kemakmuran pemegang saham dicerminkan dari harga pasar sahamnya (Negara, 2019).

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi para investor karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para investor, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Semakin tinggi nilai perusahaan, kemakmuran para pemegang saham juga akan lebih terjamin. Oleh karena itu, peningkatan harga saham akan memberikan sinyal positif dari investor kepada manajer perusahaan.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Menurut Lumoly,dkk (2018) dalam Husnan dan Pudjiastuti (2006:6) mendefinisikan bahwa nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Semakin baik nilai perusahaan akan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan harga yang tersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual, dalam jangka panjang tujuan 3 perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor

dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satu ukuran atau proksi yang digunakan adalah price book value (PBV) atau membandingkan harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Price to book value (PBV) merupakan salah satu indikator fundamental dari sebuah saham yang banyak digunakan oleh investor maupun analisi untuk mengetahui nilai wajar saham, (Setiorini dan Pitaloka, 2019).

Faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dapat digolongkan menjadi 2 (dua), yaitu faktor *investment* dan faktor *financing*. *Investment factor* dapat terbagi lagi menjadi 2 (dua) yaitu profitabilitas dan efektivitas penggunaan aset. Sedangkan, *financing factor* terbagi lagi menjadi 2 (dua) yaitu kebijakan hutang dan likuiditas. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan ke dalam profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, Dewi dan Ekadjadja (2020).

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Nurminda, dkk (2017) dalam Harahap (2010:305) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan (*gross profit margin*), total aset (*return on investment/return on assets*) maupun modal sendiri (*return on equity*). Inti dari penggunaan rasio ini adalah untuk menunjukkan efisiensi perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian Dewi dan Ekadjadja (2020); Patricia, dkk

(2018); Astuti dan Yadnya (2019); Putra dan Lestari (2016); Lumoly,dkk (2018); Akbar dan Fahmi (2020); Cahya 2019); Dewi (2019); Hikmah,dkk (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi menurut hasil penelitian Sulistiyowati (2021); menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan .

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Likuiditas. Menurut Barnades (2020) dalam Kasmir (2017:128) rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo. Dengan kata lain, likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar (likuiditas badan usaha) perusahaan maupun didalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kegunaan likuiditas ini adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi dan membiayai kewajiban (utang) pada saat ditagih. Berdasarkan penelitian Patricia,dkk (2018); Akbar dan Fahmi (2020); Tandanu dan Suryadi (2020); Cahya (2019); Hikmah (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi menurut Ndruru,dkk (2020) menyatakan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal, Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Menurut Cahya dan Triyonowati (2019) ukuran perusahaan adalah cerminan total asset yang dimiliki oleh perusahaan, baik perusahaan berskala kecil maupun perusahaan berskala besar. Penentuan ukuran perusahaan mengenai besar kecilnya suatu perusahaan ditentukan oleh total asset perusahaan, sedangkan total asset dipilih sebagai penentu ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aktiva relatif stabil dibandingkan dengan nilai market capital dan penjualan (Darmaji, 2006). Berdasarkan penelitian Patrica,dkk (2018); Lumoly,dkk (2018); Akbar dan Fahmi (2020); Barnades (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi menurut penelitian Veronica,dkk (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak bagi nilai perusahaan

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian Dewi dan Ekadjadja (2020). Penelitian ini mengganti perusahaan serta periode yang di teliti, yang semula pada penelitian Dewi dan Ekadjadja (2020) meneliti perusahaan manufaktur diganti menjadi perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. penelitian ini juga mengganti periode penelitian yaitu periode 2018-2020. Berdasarkan uraian diatas dan adanya *research gap* dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka penelitian ini mengangkat judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020)”**.

B. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka ditetapkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

C. Batasan masalah

Penelitian ini memiliki batasan agar fokus pada permasalahan yang akan diangkat. Batasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini memiliki batasan yang mencakup pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Berdasarkan rumusan masalah agar ruang lingkup penelitian ini terarah maka di batasi oleh batasan yang membahas masing masing variabel terdiri dari :
 - a. Profitabilitas yang diukur dengan rumus *Return on Asset (ROA)*,
 - b. Likuiditas yang diukur dengan rumus *Current Ratio (CR)*,
 - c. Ukuran perusahaan yang diukur dengan rumus Logaritma natural
 - d. Nilai perusahaan yang diukur *Price to Book Value (PBV)*.
3. Perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini yaitu perusahaan *sector consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada periode (2018-2020).

D. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian menurut rumusan masalah diatas adalah ;

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka manfaat yang diharapkan adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat memberikan wawasan baru terkait pengetahuan di bidang keuangan, khususnya informasi yang diperoleh dari penelitian ini yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. sehingga hasil penelitian ini dapat menginformasikan ilmu pengetahuan khususnya teori agensi dan teori sinyal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai keilmuan dalam bidang keuangan untuk nantinya dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang membutuhkan.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

F. Kerangka Penulisan

Untuk memberikan gambaran jelas tentang penelitian yang di lakukan, maka di susun lah kerangka penelitian ini dalam suatu sistematika penulisan yang berisi informasi, materi dan hal-hal yang dibahas dalam setiap bab. Adapun kerangka penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, dan definisi operasional, tujuan penelitian, manfaat, dan kerangka skripsi

BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab dua ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis yang dilakukan dalam penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, hasil penelitian sebelumnya, hipotesa penelitian, dan kerangka pikir penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang sampel dari penelitian, variabel penelitian, metode penelitian serta metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan secara rinci penelitian ini, dalam bab ini memuat gambaran umum tentang hasil dari penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Pada bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan yang di peroleh dari seluruh penelitian yang di lakukan, dan juga saran-saran yang diberikan oleh peneliti kepada perusahaan.

BAGIAN AKHIR SKRIPSI

Bagian ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.