

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

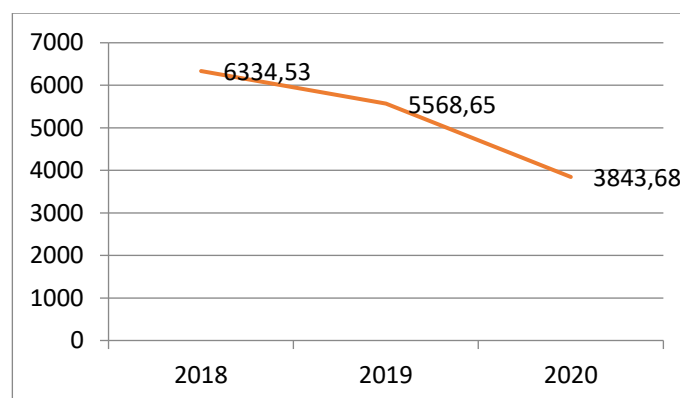
Persaingan era digital yang semakin ketat saat ini menuntut perusahaan untuk menjaga kualitas pengelolaan perusahaan. Semua perusahaan bersaing untuk menjadi yang terbaik dalam menerapkan inovasi dan strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan (Hartati & Fitriyani, 2020).

Umumnya, perusahaan memiliki dua tujuan, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek adalah memaksimalkan keuntungan dengan dana sendiri, sedangkan tujuan jangka panjang adalah meningkatkan nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham dapat menjadi ukuran nilai perusahaan (Amaliyah & Herwiyanti, 2020).

Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan perusahaan, dimana calon investor secara akurat menilai keuntungan dari hasil ekonomi perusahaan. Setiap pengusaha berusaha memberikan sinyal yang baik kepada masyarakat untuk mendapatkan modal dari luar guna meningkatkan produksinya (Amaliyah & Herwiyanti, 2020). Tingginya nilai perusahaan menjadi fokus utama pemilik perusahaan, karena tingginya nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan mengharapkan Chief Financial Officer (CFO) memberikan yang terbaik bagi perusahaan, memaksimalkan nilai perusahaan sehingga kesejahteraan pemilik atau pemegang saham dapat tercapai. Nilai perusahaan itu sendiri dapat menggambarkan keadaan perusahaan (Febriani & Rahmah, 2021).

Salah satu bidang usaha yang terus berkembang dan selalu berupaya meningkatkan nilai perusahaannya adalah industri barang konsumsi. Industri Barang Konsumsi adalah perusahaan yang berbasis di Indonesia yang merupakan bagian dari Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia. Saat ini, semakin banyak investor yang menjadikan barang-barang konsumsi sebagai pilihan utama mereka untuk berinvestasi atau menanamkan modalnya. Tentunya hal tersebut tidak sia-sia, banyak investor yang menilai bahwa perusahaan di industri barang konsumsi masih memiliki potensi pertumbuhan yang menjanjikan keuntungan bagi investor.

Terdapat fenomena bahwa saham-saham sektor barang konsumsi pada tahun 2018 berpotensi menjadi salah satu pendorong utama penguatan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) (CNBC Indonesia, 10 Januari 2018). Namun pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan, hal ini dapat dilihat pada grafik rata-rata perkembangan harga saham perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi dari tahun 2018 sampai 2020 pada gambar berikut ini :



Gambar 1.1 Grafik rata-rata perkembangan harga saham perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa harga saham perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 harga saham dari sektor barang dan konsumsi mengalami penurunan. Contohnya harga saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) turun 2,9% ke level Rp2,820/saham. Lalu saham PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) turun 3,09% ke level Rp 2.820/unit. Demikian saham PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang turun 2,13% ke level Rp 10.350/unit dan saham PT Mayora Indah Tbk (MYOR). Pada tahun 2020 perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi juga mengalami penurunan harga saham. PT Indofood CBP Sukses Makmur pada 2019 mengalami penurunan harga saham dan pada 2020 juga mengalami penurunan harga saham yang turun 7,78% ke level Rp 9.775 per saham. PT Gudang Garam Tbk (GGRM) -5,58% menjadi Rp 41.850, PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) -4,38% ke Rp 1.530, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) -3,42% ke level Rp 7.050, dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) -1,61% menjadi Rp 7.625 per saham 3 (CNBC Indonesia, 29 March 2021). Masalah yang terjadi yaitu nilai perusahaan yang mengalami penurunan, tapi faktanya memaksimalkan nilai perusahaan sangatlah penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Amaliyah & Herwiyanti (2020), Nilai perusahaan dapat dipertimbangkan oleh calon investor yang ingin menanamkan modalnya ke dalam perusahaan. Manajemen harus berusaha untuk dapat mengoptimalkan nilai perusahaan, dimana optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai dengan melaksanakan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang dibuat mempengaruhi keputusan keuangan lainnya

dan mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan itu sendiri dipengaruhi oleh banyak faktor seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, keputusan investasi, kebijakan dividen dan pertumbuhan perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar ataupun kecilnya sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari besar kecilnya total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Besar atau kecilnya suatu perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar maupun kecil akan selalu dijadikan pertimbangan oleh para investor karena ukuran perusahaan menentukan tinggi rendahnya tingkat kepercayaan seorang investor. Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan tersebut akan semakin dikenal oleh masyarakat dan juga oleh investor. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mencari modal melalui para investor (Damayanti & Darmayanti, 2022). Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset suatu perusahaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan dengan jumlah aset yang besar diikuti dengan upaya pemanfaatan aset yang optimal maka akan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin besar aset suatu perusahaan, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tersebut (Bagaskara, dkk., 2021)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hendraliany (2019), Indriyani (2017), Fernanda & Dwiati (2023) mengatakan bahwa ukuran perusahaan terbukti dapat memberi pengaruh pada nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Amaliyah & Herwiyanti (2020), Sintyana & Artini (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran bukan menjadi faktor utama bagi investor dalam menilai suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan tidak menjamin

keuntungan perusahaan akan lebih besar, sebaliknya perusahaan yang lebih kecil belum tentu perusahaan tersebut akan memperoleh keuntungan yang kecil.

Faktor berikut yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh return on equity (ROE). ROE adalah rasio yang menyatakan tingkat pengembalian yang diterima pemilik atau pemegang saham dari investasi di perusahaan. ROE membandingkan jumlah laba bersih dengan ekuitas. Semakin tinggi ROE menunjukkan, semakin tinggi pengembalian investasi yang dilakukan, dan semakin rendah ROE perusahaan, semakin rendah juga tingkat pengembaliannya (Hendraliany, 2019). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan juga dapat menghasilkan laba yang besar. Rasio keuntungan yang tinggi tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi seorang investor yang ingin menginvestasikan uangnya di perusahaan tersebut. Tentunya semakin besar minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, maka semakin tinggi pula harga saham perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Saputri & Giovanni, 2021)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizal, dkk., (2019), Fernanda & Dwiati (2023), Hendraliany (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifawati, dkk. (2022), Yuniastri, dkk. (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa naik turunnya profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Pandangan investor atau pasar yang menjadi acuan terpenting

adalah potensi pertumbuhan perusahaan, yang dapat dilihat dari keputusan investasi yang dilakukan.

Keputusan investasi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Keputusan investasi merupakan keputusan yang diambil oleh suatu perusahaan untuk menggunakan dananya dalam bentuk aktiva tertentu dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Tujuan dari keputusan investasi adalah untuk memperoleh pengembalian yang tinggi pada tingkat risiko tertentu. Investor melihat bagaimana manajemen perusahaan mengelola aset perusahaan karena keputusan investasi yang diambil akan berpengaruh pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Amaliyah & Herwiyanti, 2020).

Semakin tinggi keputusan investasi perusahaan maka semakin tinggi pula peluang perusahaan untuk mendapatkan return, karena keputusan investasi yang tinggi mempengaruhi persepsi investor terhadap investasi, dan persepsi investor mempengaruhi peningkatan permintaan saham perusahaan yang juga berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan (Rizal, dkk., 2019).

Berdasarkan penelitian dari Yuniastri et al. (2021), Fernanda & Dwiati (2023), Wahyudi, dkk. (2016) menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara menurut Dewi & Wirasedana (2018) dan Hendraliany (2019) menemukan hasil bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen. Kebijakan dividen merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan yang diterapkan oleh pihak internal perusahaan untuk menentukan

pengembalian modal yang ditanamkan bagi para pemegang saham. Menerima dividen yang tinggi dari investor membuat mereka menghargai bahwa perusahaan mampu mencapai kesuksesan bagi pemegang sahamnya, dalam hal ini kepercayaan pemegang saham meningkat dan mereka memandang perusahaan sebagai sarana berinvestasi. Artinya setelah tercapainya pengembalian yang memuaskan atas modal yang diinvestasikan, nilai perusahaan juga meningkat dengan kepercayaan dan kenyamanan para pemegang saham (Mutmainnah, dkk., 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hendraliany (2019), Febriani & Rahmah (2021), Rizal, dkk., (2019) menyatakan bahwa kebijakan deviden berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Amaliyah & Herwiyanti (2020), Ayu, dkk., (2021) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan membayar dividen bukan merupakan pertimbangan utama investor dalam membeli saham. Tinggi rendahnya kebijakan dividen yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah rasio pertumbuhan yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi keuangannya dalam kondisi ekonomi dan industri (Hendraliany, 2019). Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Dengan meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan dapat meningkatkan perolehan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional

perusahaan (Dewi & Sujana, 2019). Jika pertumbuhan perusahaan berkembang dengan baik, perusahaan dapat memperoleh pengembalian yang lebih tinggi atas investasi yang dilakukan oleh investor (Ramdhonah, dkk., 2019). Pertumbuhan perusahaan yang tinggi merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan potensi pertumbuhan yang cepat mendorong perusahaan untuk melakukan ekspansi. Ekspansi yang dilakukan perusahaan akan menunjang keuntungan dimasa yang akan datang, sehingga sangat menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang terus berkembang (Rahmansyah & Djumahir, 2018)

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sujana (2019), Khoeriyah, (2020), Fajriah, dkk. (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fuadi, dkk., (2022), Romadhina & Andhitiyara (2021), Kusumaningrum, dkk., (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan yang diproksikan dengan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merujuk pada penelitian Rizal, dkk., (2019) yang berobjek pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2013-2017 yang meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, keputusan investasi dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Namun, pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel pertumbuhan perusahaan dan mengambil periode lima tahun terakhir yaitu pada tahun 2018-2022, serta mengganti objek penelitian yaitu pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan peneliti

melakukan penelitian ini adalah karena hasil dari penelitian-penelitian terdahulu masih menampilkan hasil yang beragam dan berbeda-beda. Sedangkan alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dikarenakan perusahaan ini merupakan industri yang menarik dan memiliki prospek yang baik karena produk barang konsumsi merupakan kebutuhan primer yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Sektor industri barang konsumsi adalah salah satu sektor perusahaan yang terus berkembang dan selalu berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Sektor industri ini juga dinilai mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam dinamika perdagangan di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah Pertumbuhan Perusahaan Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui apakah Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui apakah Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
5. Untuk mengetahui apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka beberapa kegunaan atau manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berdampak pada pengembangan ilmu akuntansi keuangan yakni sebagai referensi yang dapat memberikan informasi baik teoritis maupun empiris kepada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang relevan tentang faktor-faktor yang memengaruhi Nilai Perusahaan.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Sebagai sarana memperluas wawasan serta menambah referensi mengenai nilai perusahaan agar diperoleh hasil yang bermanfaat bagi penulis.

2) Bagi Investor dan calon investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan informasi kepada investor dan calon investor dalam melakukan strategi investasi serta membantu investor dalam memprediksi yang akan terjadi di pasar modal sehingga dapat mengambil keputusan dalam berinvestasi yang dapat mendatangkan keuntungan.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi calon penulis yang tertarik meneliti kembali dengan topik yang sama maupun sebagai pembandingan dengan penelitian lain.