

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan itu dijual, semakin tinggi nilai suatu perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham (Husnan & Pudjiastuti, 2012). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Menurut Brigham & Houston (2013) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan salah satunya adalah *Price to Book Value* (PBV). Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan (Sari, 2013), semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan (Dramawan, 2015).

Profitabilitas juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sujoko dan Seobiantoro (2007) berpendapat bahwa profitabilitas dapat menunjukkan prospek perusahaan yang berkualitas baik sehingga pasar akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat pula. Menurut Syahyunan (2015) rasio profitabilitas terdiri atas *Gross profit margin*, *Operating Profit Margin*, *Net profit*

Margin, Return on Investment, dan Return on Equity. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *return onequity* (ROE). *Return on equity* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk mengembalikan ekuitas pemegang saham (Sartono, 2010). ROE merupakan rasio keuangan yang mengukur profitabilitas dari ekuitas. Semakin besar hasil ROE maka kinerja perusahaan semakin baik. Penelitian yang dilakukan oleh Wirawati (2008) menunjukkan bahwa *variable return on equity* (ROE), berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV.

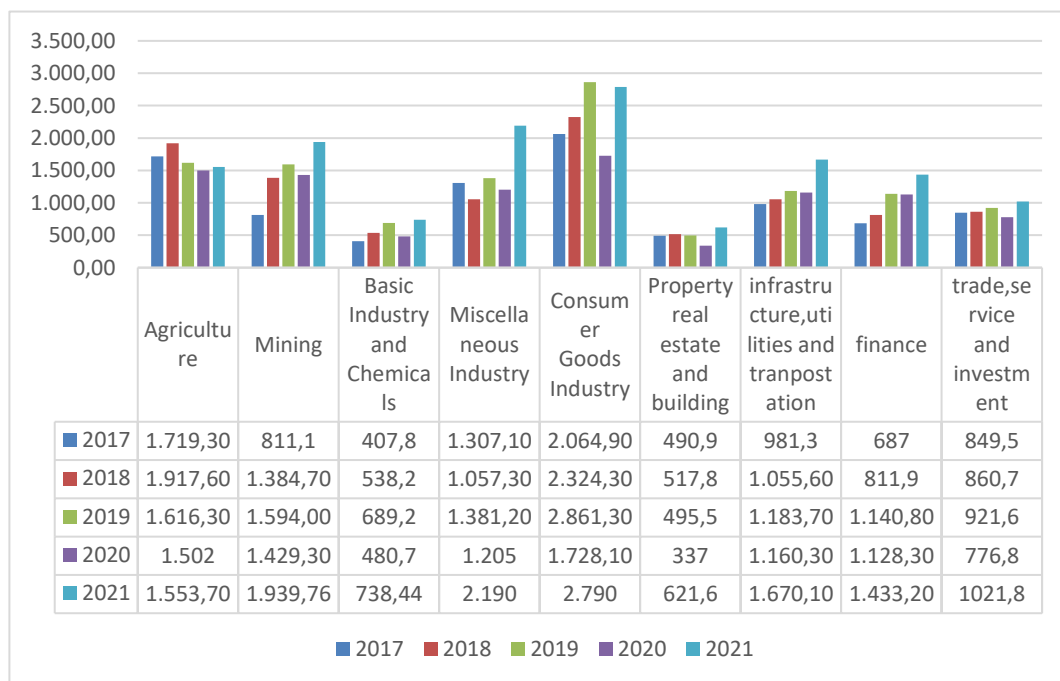
Untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan maka manajer harus berhati-hati dalam menentukan struktur modal. Keown (2010) mengatakan bahwa struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan utang jangka panjang terhadap sumber modal. Menurut Husnan & Pudjiastuti (2012) struktur modal terbaik adalah struktur modal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan atau harga saham, sehingga perusahaan yang memiliki struktur modal yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Struktur aktiva tidak kalah penting dalam manajemen keuangan dalam sebuah perusahaan. Struktur aktiva mempengaruhi sumber-sumber pembiayaan dalam beberapa cara. Struktur aktiva merupakan perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva yang dapat menentukan besarnya alokasi dana untuk masing-masing komponen aktiva (Naray & Mananeke, 2015). Brigham & Ehrhardt (2010) menyatakan bahwa secara umum perusahaan yang memiliki jaminan terhadap hutang akan lebih mudah mendapatkan hutang daripada perusahaan yang tidak memiliki jaminan.

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang kegiatan utamanya memperoleh barang dan jasa untuk diolah menjadi produk jadi melalui proses produksi kemudian dijual kepada pelanggan. Eksistensi perusahaan-perusahaan manufaktur sangat ditentukan oleh permintaan pasar sehingga tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur senantiasa melakukan berbagai inovasi dari waktu ke waktu dengan melihat peluang pasar dan kebutuhan konsumen

yang bergerak dinamis.

Perusahaan manufaktur mempunyai beberapa sektor, yaitu sektor Industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi (idx.co.id). Penelitian ini menggunakan sektor industri barang konsumsi sebagai objek penelitian. Industri barang konsumsi masih menjadi pilihan utama para investor dalam menginvestasikan dana mereka. Hal itu dikarenakan saham dari perusahaan barang dan konsumsi yang masih menawarkan potensi kenaikan. Terbukti pada tahun 2019 dan 2021 Indeks sektor perusahaan barang dan konsumsi menjadi indeks sektor saham yang terkuat. Pada Gambar 1.1 dibawah ini dapat dilihat berbagai Indeks Harga saham Sektoral dari sembilan sektor perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).



Gambar 1.1
Data Pergerakan Indeks Harga Saham Sektoral Berbagai
Sektor di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021

Sumber : www.idx.co.id

Dapat dilihat melalui Gambar 1.1 perbandingan antara Sembilan harga saham sektoral, dimana *consumer good industry* merupakan sektor yang mengalami berkembang setiap tahunnya. Dapat di simpulkan bahwa perusahaan barang konsumsi memiliki indeks harga saham sektoral (IHSS) yang berkembang tiap tahunnya, yang mencerminkan peningkatan nilai perusahaan di mata investor karena kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan.

Harga saham sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Menurut Husnan & Pudjiastuti (2012) Nilai perusahaan (PBV) merupakan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku saham. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

Penelitian mengenai variable – variable yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh para ahli sebelumnya. Pantow, Murni & Trang (2015) menyatakan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hestinoviana, Suhadak & Handayani (2013) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara untuk variabel profitabilitas, Pribadi, Murni & Tegar (2018) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Yunita & Atmadja (2014) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sementara untuk variabel struktur modal, Mandalika (2016) menyimpulkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chowdhury & Chowdhury (2010) yang menyatakan *Capital Structure has impact on the firm's value*. Sementara untuk variabel struktur aktiva, Mandalika (2016) menyatakan bahwa struktur aktiva tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Pribadi, Murni & Tegar (2018) yang menyatakan bahwa Struktur Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya menunjukkan adanya gap mengenai pengaruh variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur modal, struktur aktiva terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Modal Dan Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah struktur modal perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
4. Apakah struktur Aktiva berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.2. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan, antara lain :

1. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk menguji pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk menguji pengaruh struktur modal perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Untuk menguji pengaruh struktur Aktiva terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.3. Kontribusi Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan manfaat praktis. Secara teoritis adalah manfaat yang dapat menjelaskan hasil penelitian dan memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep-konsep serta teori-toeri terhadap ilmu pengetahuan yang sesuai dengan bidang ilmu akuntansi keuangan. Sedangkan yang dimaksud manfaat praktis adalah lebih kepada sumbangan pemikiran untuk pemecahan masalah serta dapat memberikan manfaat terhadap kehidupan masyarakat atau organisasi lainnya.

1.3.1. Kontribusi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi, atau sebagai referensi serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang investasi dan nilai perusahaan.

1.3.2. Kontribusi Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan informasi untuk dijadikan pertimbangan dalam menetapkan pilihan investasi yang tepat terkait dengan nilai perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan para investor.

3. Bagi Akademisi.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan informasi dan referensi untuk menjadi acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya maupun sebagai pengembangan wawasan pengetahuan dalam dunia investasi.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan atau bahan pembandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis ataupun penelitian yang lebih luas.