

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan utama dari perusahaan *go public* atau yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah menghasilkan laba untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan (Salvatore, 2005).

Nilai perusahaan merupakan suatu bentuk nama baik yang diperoleh perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan dalam periode tertentu. Nilai perusahaan yang baik merupakan suatu tujuan oleh setiap perusahaan karena apabila nilai perusahaan yang tinggi maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan. Menurut Hemastuti & Hermanto (2014) nilai pasar saham sebuah perusahaan mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Nilai pasar adalah nilai perusahaan yang dicerminkan dari harga saham perusahaan di pasar yang bisa menjadi ukuran nilai perusahaan yang berasal dari kreditur, investor, dan stakeholder lain.

Nilai perusahaan yang tinggi juga memudahkan perusahaan untuk bertransaksi dengan kreditur, yang akan menilai perusahaan tersebut mampu mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Jika nilai perusahaan rendah maka pihak kreditur menilai rendah perusahaan tersebut dan lebih mempertimbangkan dalam memberikan pinjaman. Nilai dari perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut, jika harga saham tinggi maka nilai perusahaan juga tinggi dan sebaliknya (Suharli, 2006).

Nilai suatu perusahaan yang diukur dengan PBV (Price Book Value). Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah struktur modal. Struktur modal merupakan perbandingan nilai utang dengan nilai modal sendiri dan tercermin dalam laporan keuangan akhir tahun perusahaan. Struktur modal sangat penting bagi suatu perusahaan karena mempengaruhi besarnya risiko yang diambil pemegang saham dan tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan (Brigham dan Houston, 2006). Struktur modal yang tepat diharapkan dapat meningkatkan

nilai suatu perusahaan. Struktur modal dapat diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Ross, *et al* (2012:62) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Basyaib (2007), ukuran perusahaan mengacu pada skala dimana ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan dalam berbagai cara, termasuk ukuran pendapatan, ukuran aset total, dan ukuran modal total. Semakin besar skala pendapatan, total aset, dan total modal, maka perusahaan akan semakin kuat.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Menurut Frank J Fabozzi and Pamela Peterson (2000), struktur modal adalah kombinasi dari hutang dan ekuitas yang digunakan untuk membiayai proyek perusahaan. Struktur modal suatu perusahaan adalah campuran hutang, ekuitas yang dihasilkan secara internal, dan ekuitas baru.

Objek penelitian ini adalah seluruh perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti memilih perusahaan *Consumer goods* sebagai objek penelitian karena produk yang dihasilkan di sektor ini dapat mendorong pertumbuhan perdagangan dalam dan luar negeri sehingga mendukung perkembangan ekonomi di Indonesia.

Hasil penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Lidya Martha, Nur Ukhti Sogiroh, Maria Magdalena, Febri Susanti, dan Yulia syafitri (2018), Menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan Bulan Oktrima (2017), menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ikin Solikin, Widaningsih Sofie, dan Desmiranti Lestari (2015), Menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Setyorini Pamungkas dan Abriani Puspaningsih (2012), yang menyatakan

ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ikin Solikin, Widaningsih Sofie, dan Desmiranti Lestari (2015), menyatakan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky Mangondu dan Yossi Diantimala (2016), yang menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian tentang Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut masih berbeda-beda atau belum menunjukkan hasil yang konsisten. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai **“PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus pada Perusahaan *Consumer goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)”**.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, diketahui bahwa nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan di mana sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga apabila harga saham tinggi, maka nilai perusahaan dapat menjadi tinggi pula. Saat ini, tujuan utama perusahaan tidak hanya memaksimalkan keuntungan, tetapi juga memaksimalkan kepentingan pemegang saham, yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan menjalankan fungsi pengelolaan keuangan, tujuan perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dapat tercapai. Berkaitan dengan hal tersebut, pemegang saham melakukan berbagai analisis untuk memahami nilai-nilai perusahaan sebelum memutuskan untuk membeli. Terdapat 3 faktor yang diduga memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal.

1.2.3. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021?

2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021?
3. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai apa disebutkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.

1.4. Kontribusi Penelitian

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai 3 faktor (profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal) yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* di Indonesia. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk membantu pengungkapan fenomena-fenomena yang terjadi pada dunia bisnis.

1.4.2. Kontribusi Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai pertimbangan manajer perusahaan untuk bahan pertimbangan dalam melakukan sesuatu agar bisa semakin meningkatkan nilai perusahaannya.

2. Bagi Lingkungan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan dan mengevaluasi penelitian di bidang yang sama.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan peneliti sebagai penerapan ilmu yang diperoleh selama menempuh jenjang perkuliahan. Disamping itu, penelitian ini juga untuk menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman secara mendalam mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer goods* di Indonesia.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

Gambaran kontekstual yang dibahas dalam penelitian ini terdiri dari lima bab. Adapun lima bab penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini menguraikan tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan gambaran kontekstual.

Bab II Tinjauan Pustaka, dalam bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian. Meliputi landasan teori, review penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian meliputi definisi variabel, populasi, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, dalam bab ini menguraikan tentang pengujian hipotesis dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang hasil analisis berdasarkan teori yang berlaku.

Bab V Penutup, dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil analisis pada Bab IV, implikasi penelitian, dan keterbatasan penelitian serta berisi tentang saran bagi penelitian berikutnya.