

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Adanya perekonomian global serta pengaruh dari keadaan politik tentunya sangat berpengaruh atas perekonomian secara keseluruhan di Indonesia. Didasari oleh data yang dicantumkan oleh Bursa Efek Indonesia pada akhir bulan Juli tahun 2018 lalu, terdapat sebanyak 594 perusahaan yang mencantumkan sahamnya di dalam pasar modal Indonesia. Oleh sebab itu, hal ini menunjukkan semakin besarnya rasa bersaing antar perusahaan dalam negeri. Sejalan dengan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin berkompeten, setiap perusahaan berupaya untuk mengoptimalkan kinerjanya dengan baik untuk dapat mempertahankan *value* perusahaan dan dalam mencapai visi misinya (Rudangga dan Sudiartha, 2016). Suatu perusahaan didirikan pada awalnya bukan hanya bertujuan untuk menghasilkan laba, namun juga mebuat suatu tambahan *value* di dalam jati dirinya. Maka dari itu, perusahaan yang juga menerapkan prinsip perekonomian di Indonesia, umumnya tidak hanya mengorientasikan tujuannya ke dalam mencapai laba secara maksimal, namun juga memberikan kenyamanan untuk pemiliknya berdasari nilai perusahaannya (Safitri, 2016). Sebagaimanapun caranya, perusahaan akan terus berupaya dalam mencapai tujuannya dalam jangka panjang atau jangka pendek. Nilai perusahaan mencerminkan keadaan yang dimiliki perusahaan pada masa kini serta gambarana atas prospeknya ke masa mendatang dari *point of view* para investor. Dari sisi pandang ini, investor melihat sejauh mana tingkat

keberhasilan yang dapat diperoleh perusahaan yang akan dikaitkan dengan harga saham serta profitabilitasnya (Munaroh, 2014).

Nilai perusahaan juga dipahami sebagai ketetapan harga yang dapat dibayar calon pembeli jika sewaktu – waktu perusahaan akan dijual. Dalam pasar modal, harga saham yang diterbitkan perusahaan untuk diperjual belikan dalam bursa merupakan kunci dari nilai perusahaan itu sendiri (Wiagustini, 2014; 9). Menurut Wijaya dan Panji (2015), harga saham yang tinggi memiliki perbandingan lurus dengan peningkatan nilai perusahaan. Jika harga saham semakin tinggi maka hal ini akan menjadikan nilai perusahaan semakin baik. Investor akan memiliki kepercayaan atas perusahaan dan mampu untuk menginvestasikan dananya dalam perusahaan tersebut. Dalam kekayaan yang dimiliki oleh *stakeholder*, harga pasar atas saham tersebut yang menjadi representasi utama atas kekayaannya dengan bercerminkan dari adanya manajemen asset, *financing* serta keputusan investasi yang baik. Dalam mengukur skala atas nilai perusahaan, Houston dan Bringham (2015) mengatakan bahwa *price to book value* atau PBV dapat menjadi salah satu alat ukurnya. Rasio PBV diindikasikan sebagai rasio keuangan dalam membandingkan diantara harga dari saham dengan *book value* per lembar dari sahamnya. Jika dikatakan PBV memiliki angka yang tinggi juga mnjadikan perusahaan mempunyai kemakmuran yang baik pula.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi skala naik turunnya nilai suatu perusahaan seperti profitabilitas, ukuran perusahaan serta *leverage* (Kasmir, 2012). Profitabilitas dikatakan sebagai suatu ukuran atau rasio atas kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan dengan

pemaksimalan tata kelola manajemennya. Profitabilitas berperan penting atas seluruh aspek bisnis dalam memperlihatkan efisiensi perusahaan atas kinerjanya. Dalam kemampuannya untuk mendapatkan laba, dapat diukur dengan menggunakan modal sendiri atau dengan menggunakan dana keseluruhan yang di invest ke dalam perusahaan. Apabila laba perusahaan tersebut mengalami peningkatan, maka hal ini menjadi suatu tanda baik dan sinyal bagi para investor untuk dapat menanamkan investasinya dalam perusahaan tersebut dan mengharapkan adanya keuntungan dari nilai pengembalian saham yang tinggi (*return*) (Mustanda dan Pramana, 2016). Peneliti menggunakan *return on assets* atau ROA *ratio* sebagai alat pengukur tingkat keberhasilan investasi yang sudah dilakukan perusahaan dengan menggunakan aktiva keseluruhan.

Ukuran perusahaan berkaitan dengan perkembangan yang dialami oleh perusahaan atas dampak banyaknya respon positif dari investor atas nilai perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dipahami sebagai skala besar kecilnya bentuk perusahaan yang dapat terlihat dari jumlah ekuitas, tingkat penjualan, serta jumlah aktiva yang dimilikinya. Ukuran perusahaan dikatakan memiliki pengaruh tersendiri atas nilai perusahaannya (Dewi, 2013). Perkembangan dalam perusahaan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mengembangkan profitnya di masa mendatang. Jika skala dari perusahaan tersebut semakin besar maka akan semakin menarik dampak positif dari para investor dalam menaruh perhatiannya atas perusahaan tersebut. Peningkatan kinerja perusahaan mampu memberikan peningkatan pula atas meningkatnya harga saham dalam pasar modal yang memberikan peningkatan nilai perusahaan (Mustanda dan Pramana, 2016). Skala

perusahaan didasari oleh total asset perusahaan yang digunakan dalam bidang operasional perusahaan.

Perusahaan terkadang membutuhkan pendanaan dari pihak eksternal (pihak luar) dalam memenuhi kebutuhan modalnya, hal ini disebut sebagai *leverage*. Pengukuran *leverage* menghitung besaran dari dana (utang) yang dipakai perusahaan dalam membiayai kebutuhannya (Nuraina dan Wijaya, 2016). *Leverage* dapat digunakan untuk mendapatkan modal agar memperoleh keuntungan yang lebih besar (Suwardika dan Mustanda, 2017). Utang tersebut dipergunakan sesuai skala kebutuhan yang ada. Rasio *leverage* memberikan gambaran atas keterikatan di antara hutang yang dimiliki oleh perusahaan atas modal atau assetnya. Gambaran pembiayaan terhadap kebutuhan perusahaan ini akan digambarkan oleh *equity* (modal). Apabila perusahaan tersebut memiliki pengelolaan finansial yang baik, penggunaan hutang tersebut pastinya akan terkendali dengan baik. Alat dalam pengukuran *leverage* adalah dengan menggunakan *Debt to Asset Ratio*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarnova (2018) menyatakan tidak adanya suatu pengaruh dari *leverage* atas nilai perusahaan serta peneliti Mutmainnah, Zarah Puspitaningtyas dan Yeni Puspita (2019) mengemukakan tidak terdapatnya pengaruh dalam ukuran perusahaan atas nilai perusahaan. Didasari atas penelitian terdahulu yang belum menemukan kekonsistenan atas pengaruh dalam ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *leverage* atas nilai perusahaan, maka penelitian ini ditujukan untuk mengkaji kembali fakta atas adanya pengaruh terkait variabel dependent dengan variabel independennya. Penelitian ini juga ditujukan dalam memperlengkapi informasi yang diperlukan penggunaannya terkait nilai perusahaan

dengan penyajian pembuktian empiris dalam pengaruh beberapa aspek yang terkandung dalam karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*) di dalam perusahaan *consumer goods* dalam Bursa Efek Indonesia dalam periode 2014 hingga 2020. Maka dari itu, penelitian disajikan sebagai **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”**.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Didasari latar belakang atas masalah penelitian yang dikemukakan sebelumnya, memberikan perumusan masalah, antara lain:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh atas nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh atas nilai perusahaan?
3. Apakah *leverage* berpengaruh atas nilai perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Didasari masalah penelitian yang dikemukakan sebelumnya, tujuan penelitian ini berdasarkan kepada:

1. Menelaah informasi mengenai pengaruh dari ukuran perusahaan atas nilai perusahaan.
2. Menelaah informasi mengenai profitabilitas atas nilai perusahaan.
3. Menelaah informasi dari *leverage* atas nilai perusahaan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Informasi yang terkandung dalam penelitian ini diharapkan dapat melengkapi wawasan terkait pengaruh aspek – aspek yang terkandung di dalam

ukuran perusahaan, profitabilitas serta *leverage* atas nilai perusahaan kepada para pengguna informasi dan peneliti:

1. Peneliti

Penelitian ini dilakukan dengan menharapkan bentuknya sebagai informasi utuh yang digunakan dalam menyajikan pembuktian, hasil analisa yang akurat, dan memberikan wawasan dalam menelaah topik penelitian.

2. Akademis dan pengguna informasi

Penelitian ini berisikan bahan informasi yang diperlukan, menjadi referensi serta tolak ukur bagi para penggunanya yang membutuhkan informasi terkait topik penelitian dengan memberikan kelengkapan informasi yang disertai dengan pembuktian dan analisa yang akurat berdasarkan data yang ada.

### **1.5 Batasan Masalah**

Penelitian ini berfokus dalam variabel – variabel yang berkaitan dengan topic serta inti pembahasan dari penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya dalam bagian latar belakang masalah.

### **1.6 Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisikan gambaran secara keseluruhan yang terkandung dalam isi keseluruhan penelitian ini yang terdiri atas:

## **BAB I (PENDAHULUAN)**

Bagian pendahuluan dalam penelitian ini berisikan latar belakang sebagai gambaran dan alasan secara keseluruhan penelitian ini dilakukan. Bagian ini juga menyisipkan

visi awal dari pembentukan penelitian ini. Bagian pendahuluan dibagi kembali menjadi bagian masalah penelitian dan tujuan penelitian yang mencantumkan inti dari penelitian terkait variabel independent dan variabel dependent penelitian. Manfaat penelitian memberikan alasan utama bagi peneliti serta pengguna laporan ini dalam memperoleh dan menerapkan informasi yang akan diteliti. Batasan masalah berisikan focus atas observasi dalam penelitian ini.

## BAB II (LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS)

Bagian landasan teori yang disertai dengan pengembangan hipotesis mencakup pembahasan berisikan konsep dasar serta literatur yang berkaitan dengan variabel independent dalam penggunaannya atas variabel dependent tercatat dalam penelitian ini. Bagian ini juga mencakup rumusan hipotesis atas pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *leverage* atas pengaruhnya dalam nilai perusahaan perusahaan *consumer goods* Bursa Efek Indonesia tahun 2014 hingga 2020.

## BAB III (METODOLOGI PENELITIAN)

Bagian metodologi penelitian mencakup informasi terkait populasi serta sampel yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini. Bagian ini juga mencakup teknik atas pengumpulan data yang dilakukan, model penelitian, variabel operasional, serta metode yang digunakan dalam menganalisa data.