

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai tempat berlangsungnya rangkaian kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa serta himpunan dari faktor-faktor produksi itulah yang dimaksud dengan suatu bisnis usaha. Bisnis adalah tempat atau badan usaha yang melakukan kegiatan ekonomi untuk menghasilkan barang atau jasa, dengan catatan administrasi produksi dan struktur biaya. Suatu bisnis usaha memiliki dewan pengurus dalam menjalankan kegiatan komersialnya, yang terdiri dari satu orang atau lebih yang bertanggung jawab atas pengelolaan kegiatan komersial. Secara umum tujuan mendirikan suatu usaha adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, namun usaha dengan prinsip ekonomi tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi juga berusaha untuk meningkatkan nilai-nilai perusahaan dan kesejahteraan pemilik perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan saling bersaing untuk bertahan dan menjadi yang terbaik. Hal ini mau tidak mau mendorong perusahaan untuk berinovasi dan melakukan yang terbaik untuk menerapkan strategi bisnis untuk menghindari kebangkrutan atau penurunan nilai perusahaan. Salah satu kegiatan yang biasa digunakan oleh perusahaan adalah pembiayaan pasar modal. Di pasar modal, nilai bisnis yang baik akan mendorong investor untuk berinvestasi. Perusahaan yang berstatus *Go Public* dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tentunya lebih diminati investor dengan harga saham yang sangat kompetitif. Kenaikan harga saham akan menunjukkan bahwa nilai perusahaan juga meningkat, sejalan dengan *margin* keuntungan yang

ditawarkan perusahaan. Investor melakukan penanaman modal untuk sebuah perusahaan, pasti mengharapkan imbalan yang tinggi dengan resiko yang serendah-rendahnya.

Perusahaan yang daftar untuk melakukan perdagangan sahamnya di pasar modal Bursa Efek Indonesia (BEI) akan diklasifikasikan ke dalam sektor industri yang berbeda. Pada akhir tahun 2019, terdapat 688 perusahaan terdaftar di BEI. Tentunya dengan banyaknya pilihan di pasar modal, sulit bagi investor untuk mengambil keputusan investasi. Industri manufaktur memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dan seperti yang kita ketahui bahwa industri yang unggul dan memiliki perusahaan terdaftar paling banyak pada Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah industri manufaktur. Pada 2019, industri manufaktur memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) yaitu sebesar 20%. Menurut Airlangga Hartato, Menteri Koordinator bidang Perekonomian, dari pencapaian industri manufaktur di Indonesia sebesar 20%, membuat posisi Indonesia berada di peringkat kelima diantara negara G20. Posisi Indonesia berada di belakang China dengan proporsi kontribusi industri manufaktur mencapai 29,3%, kedua Korea Selatan dengan kontribusi industri manufaktur sebesar 27,6%, ketiga Jepang dengan 21% dan keempat adalah Jerman dengan 20,7%. Jusuf Kala juga menyampaikan dalam kurun waktu 2016 sampai dengan 2019, rata-rata kontribusi industri manufaktur di Indonesia mendapai 21,3%, yang artinya industri manufaktur tetap menjadi kontributor tertinggi dalam pendapatan nasional. Dengan pencapaian tersebut, memotivasi pemerintah untuk lebih mengembangkan industri manufaktur nasional agar lebih produktif di pasar

nasional dan internasional. Namun, sejak kasus Covid-19 pertama kali diumumkan oleh Presiden Joko Widodo di Indonesia pada 2 Maret 2020, kinerja industri manufaktur dalam negeri mulai turun signifikan, yang terindikasi Indeks *Manufacturing Purchasing Managers (PMI)* melemah. dari 51,9 di bulan Maret. Februari 2020, menjadi 45,3 pada Maret 2020 dan selanjutnya menurun pada April 2020 menjadi 27,5. Apabila *Manufacturing PMI* berada dibawah angka 50 maka kontraksi terjadi pada aktivitas manufaktur. Penurunan kinerja industri manufaktur dikonfirmasi secara langsung melalui pernyataan resmi dari kementerian perindustrian pada bulan April 2020 yang menyatakan bahwa terdapat beberapa sektor industri manufaktur yang mengalami penurunan kapasitas produksi hingga 50 persen, kecuali sektor industri manufaktur yang terkait dengan alat kesehatan dan obat-obatan. Berikut tabel angka *Manufacturing PMI* di Indonesia dari bulan Januari 2020 hingga November 2020:

Gambar 1.1 *Manufacturing PMI* Indonesia Periode Januari 2020 – November 2020



Sumber: Trading Economics dalam (Alum Kusumah, 2020)

Apabila dilihat pada tabel diatas, industri manufaktur di Indonesia menunjukkan kondisi yang relatif membaik menjelang akhir tahun 2020 jika dibandingkan dengan kuartal pertama di tahun ini. Angka *Manufacturing PMI* pada bulan November 2020 mencapai level diatas 50. Hal ini merupakan sesuatu yang positif, namun industri manufaktur dapat dikatakan memiliki resistansi yang cukup apabila *Manufacturing PMI* mampu berada diatas level 50 secara konsisten, yang mana dibutuhkan komitmen dan perjuangan bersama baik pemerintah maupun seluruh investor industri manufaktur di Indonesia untuk menghadapi tantangan global ini. Sebab, menurut kementerian perindustrian, industri manufaktur merupakan salah satu andalan dalam menopang ketidakpastian kondisi global saat ini. Salah satu sektor yang ada pada industri manufaktur adalah sektor barang konsumsi primer (*Consumer Non-Cyclicals*), sektor ini menggantikan sektor industri barang konsumsi, karena adanya pergantian nama dari Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 25 Januari 2021, yang mana daftar saham per sektor IDX-IC (*Indonesian Stock Exchange Industrial Classification*) telah diperbaharui, menggantikan JASICA (*Jakarta Stock Exchange Industrial Classification*). Perusahaan sektor barang *consumer non-cyclicals* terdiri dari perusahaan yang melakukan kegiatan produksi dan distribusi barang ataupun jasa kepada *end consumer*. Produk yang dihasilkan dari perusahaan sektor barang konsumen primer ini adalah produk yang memiliki sifat anti-siklis atau biasa disebut dengan barang primer/ barang dasar, yang permintaan atas produk tidak dipengaruhi dengan pertumbuhan ekonomi. Contoh dari perusahaan yang masuk ke dalam sektor barang konsumen primer ini adalah perusahaan yang menjual produk makanan, obat-obatan, perusahaan supermarket,

produsen minuman, produsen makanan kemasan, penjual produk pertanian, produsen rokok, penjual barang keperluan rumah tangga, dan penjual barang perawatan pribadi. Dengan melihat sektor barang konsumen primer adalah merupakan salah satu sektor yang tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi, dan akan selalu dibutuhkan oleh masyarakat dari tahun ke tahunnya, maka sektor barang konsumsi utama dipilih sebagai perusahaan sampel yang digunakan untuk penelitian ini.

Perusahaan memiliki tujuan yaitu untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemilik perusahaan. Agar perusahaan mampu mencapai tujuannya tersebut, maka perusahaan harus mempunyai kemampuan tata kelola yang cukup baik, selain itu juga harus dapat bersaing dengan kompetitornya, selalu menciptakan inovasi yang dapat mempertahankan ke-eksistensian perusahaan, dan memaksimalkan profitnya. Oleh karena itu, nilai perusahaan merupakan pandangan atau persepsi yang digunakan oleh investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya. Nilai perusahaan adalah variabel yang sangat penting bagi calon investor karena sering dihubungkan dengan harga saham. Menurut calon investor, tingginya nilai bisnis tercermin dari tingginya harga bisnis tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi memberikan keyakinan akan kinerja masa depan perusahaan yang menjanjikan berdasarkan kinerjanya menurut (Rochmah & Fitria, 2017). Dengan kata lain, bagi investor, nilai perusahaan merupakan faktor penentu keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Jika harga saham perusahaan tinggi, maka dapat dikatakan nilai perusahaan juga tinggi. Perkembangan harga saham erat kaitannya dengan kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik memberikan kepercayaan kepada masyarakat bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang baik dan kemungkinan besar akan bertahan dalam jangka panjang. Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Price To Book Value (PBV)*, yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Jika *PBV* suatu perusahaan tinggi, maka dapat dikatakan kepercayaan pasar terhadap kinerjanya juga tinggi. Semakin tinggi *PBV*, semakin baik nilai perusahaan dan semakin sejahtera pemegang sahamnya. Artinya, nilai *PBV* berbanding lurus dengan tingkat kemakmuran para pemegang sahamnya. Penggunaan rasio *PBV* dalam analisis investasi relatif stabil, karena dihitung berdasarkan harga per saham dan nilai buku perusahaan. *PBV* juga lebih konsisten dan akurat dalam merepresentasikan harga wajar saham suatu perusahaan, dan nilai *PBV* dapat dibandingkan antar perusahaan, yang pada akhirnya dapat menunjukkan apakah nilai perusahaan yang diukur, *overpriced* (atas) atau *undervalued* (bawah). Ada faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi penilaian sebuah perusahaan (Nurminda, Isyuardhana, S.E., M.M., & Nurbaiti, S.E., M.Si, 2017), faktor eksternal berupa harga saham, suku bunga, fluktuasi nilai mata uang, dan keadaan pasar modal. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dari internal, ialah seperti pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan, besar atau kecilnya sebuah perusahaan, tumbuh kembangnya perusahaan, seberapa uniknya, risiko apa yang ada di dalam laporan keuangannya, seperti profitabilitas, atau pembayaran dividen. Dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu rasio laporan keuangan seperti rasio likuiditas, rasio solvabilitas

(*leverage*) dan rasio profitabilitas yang menguntungkan. Dari rasio-rasio tersebut, akan diprosikan dengan perbandingan tertentu untuk mendapatkan hasil analisis keuangan dalam menilai perusahaan. Pertama likuiditas, rasio ini adalah untuk menggambarkan potensi perusahaan dalam membayar atau menyelesaikan semua kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar menurut (Sirait, 2019). Artinya, untuk melunasi hutang jangka pendek, bisnis harus memiliki aset jangka pendek yang jauh lebih besar daripada jumlah kewajiban lancar. Rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam posisi keuangan yang sehat dan memiliki peluang pertumbuhan yang tinggi. Dalam penelitian ini rasio ini akan dijelaskan dengan menggunakan *Current Ratio (CR)*. Alasan dipilihnya *CR* karena perbedaan hasil penelitian sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian (Bernades, 2020) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi hal ini berbeda dengan hasil penelitian (Herawan & Dewi, 2021) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh (Yanti & Darmayanti, 2019) menunjukkan hasil bahwa likuiditas berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Rasio kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio solvabilitas atau *leverage*. Menurut (Sirait, 2019) solvabilitas mendeskripsikan stabilitas keuangan bisnis untuk semua hutangnya. Solvabilitas sering digunakan untuk mengukur jumlah modal yang dimiliki suatu bisnis untuk dapat menyelesaikan semua hutangnya, dan hal ini sering disebut dengan *leverage*. Artinya, rasio ini digunakan untuk mengetahui proporsi hutang perusahaan dalam kaitan dengan modalnya. *Leverage* dalam penelitian ini diukur

dengan menggunakan *debt-to-equity ratio (DER)*. Dengan rasio *DER*, suatu bisnis dapat mengetahui sejauh mana kepemilikan hutangnya relatif terhadap total modalnya, apakah hutang yang dimiliki bisnis tersebut masih normal atau telah melebihi ekuitasnya. Berdasarkan hasil penelitian (Herawan & Dewi, 2021), dan (Yanti & Darmayanti, 2019) menegaskan bahwa *leverage* memiliki efek positif pada nilai perusahaan. Penelitian (Bernandes, 2020) dan (Nurminda, Isyuardhana, S.E., M.M., & Nurbaiti, S.E., M.Si., 2017) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu dimana *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Rasio terakhir yang diyakini mempengaruhi nilai suatu usaha adalah rasio profitabilitas, menurut (Sirait, 2019), profitabilitas adalah kekuatan yang dimiliki sebuah badan usaha untuk mendapatkan laba. Rasio ini menjadi tolak ukur dari seberapa mampu perusahaan dalam memberikan kemakmuran atas pengembalian modal yang diberikan oleh investor. Tingkat pengembalian dalam penelitian ini akan didekati dengan tingkat pengembalian asset atau yang disebut dengan *Return on Asset (ROA)*. *ROA* bermanfaat untuk menghitung seberapa besar kemungkinan aset perusahaan dapat digunakan untuk menghasilkan keuntungan. Semakin besar angka *ROA*, maka semakin menjanjikan bisnis tersebut. Tingkat pengembalian atau rasio profitabilitas dipilih karena ada beberapa perbedaan antara penelitian-penelitian sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian (Bernandes, 2020) dan (Rolanta, Dewi, & Suhendro, 2020) yang menjelaskan bahwa *ROA* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dan hal ini kemudian diperkuat dengan penelitian (Yanti & Darmayanti, 2019) yang menyatakan bahwa *ROA* memiliki pengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi hal ini

berbeda dengan hasil penelitian yang didapatkan oleh (Herawan & Dewi, 2021) yang mengaskan bahwa *ROA* mempunyai pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan, dan atas penelitian (Farizki, Suhendro, & Masitoh, 2021) yang menjelaskan bahwa *ROA* tidak mempunyai pengaruh apapun terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dari itu peneliti akan menuliskan skripsi dengan judul **“PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR KONSUMEN PRIMER (*CONSUMER NON-CYCLICALS*) YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2017-2020”**.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijabarkan sebelumnya pada bagian latar belakang, terbentuklah tiga permasalahan utama dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- 2) Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- 3) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberpa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu:

- 1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

- 2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan
- 3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Penulis
Diharapkan melalui penelitian ini penulis dapat menjelaskan dengan baik teori yang selama ini sudah dipelajari, dan bertambah wawasan dan pemahaman tentang nilai perusahaan.
- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini hendaknya dapat digunakan sebagai penunjang empiris mengenai penelitian sejenis bagi para sarjana, dan untuk menambah pengetahuan pembaca serta sebagai referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya, dan melengkapi pemahaman ilmiah.
- 3) Bagi Perusahaan
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengkaji pengambilan keputusan dan mengidentifikasi kebijakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.
- 4) Bagi Investor
Hasil penelitian ini hendaknya dapat digunakan jika seorang investor membacanya, sehingga penelitian ini dapat digunakan oleh investor

sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi pada suatu perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi masalah penelitian yang terlalu luas, dan menghindari adanya pelebaran pokok masalah.

Berikut beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini:

- 1) Pada penelitian penulis hanya berfokus kepada pengambilan sampel perusahaan dalam sektor konsumen primer (*Consumer Non-Cyclicals*) yang tercatat di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 – 2020.
- 2) Waktu periode penelitian adalah tahun 2017 sampai dengan tahun 2020.
- 3) Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pengujian hipotesis
- 4) Variabel bebas yang digunakan adalah likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas, dan nilai perusahaan sebagai variabel terikat.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam menuliskan skripsi ini, penulis membagi dalam 5 bab, dimana pembahasan setiap bab diklasifikasikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, beberapa rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang diperlukan sebagai konsep dasar landasan dalam studi penelitian ini, dan telaah pustaka yang telah dilakukan. Selain itu bab ini juga menjelaskan kerangka berpikir dan hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas yang diuraikan dalam hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi data populasi dan sampel, metode pengumpulan data, pengukuran variabel dan metode menganalisis data teknis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran pengolahan data dan pembahasan hasil penelitian berdasarkan data yang terkumpul. Oleh karena itu, bab ini akan menjadi pengujian hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti.

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Bab ini merupakan bab akhir yang menjabarkan tentang kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian berikut juga dengan saran terkait pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

