

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era industrialisasi mengharuskan setiap perusahaan untuk terus meningkatkan daya saingnya. Peningkatan daya saing perusahaan dilakukan dengan memaksimalkan produktifitas. Produktifitas yang tinggi akan berpengaruh terhadap nilai suatu perusahaan. Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memperoleh keuntungan secara maksimal, sedangkan tujuan jangka panjang bagi perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan dilakukan dengan memaksimalkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Memaksimalkan kemakmuran ini dilakukan dengan melakukan kinerja yang baik, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harga saham perusahaan. Menurut Febriana et al., (2016) nilai perusahaan sering dihubungkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan mempengaruhi nilai perusahaan yang tinggi, sehingga hal ini akan menarik para calon investor.

Calon investor ketika akan menanamkan sahamnya ke perusahaan, faktor utama yang dilihat yaitu dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan harga sahamnya juga meningkat. Seperti halnya sekarang banyak investor yang tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan-perusahaan manufaktur, khususnya pada manufaktur industri barang konsumsi. Menurut menteri perindustrian, Agus Gumiwang Kartasasmita, perusahaan industri barang

konsumsi ini mampu tumbuh positif secara tahunan. Berikut data perusahaan yang mampu tumbuh secara tahunan:

Tabel 1. Presentasi Pertumbuhan Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi

No	Perusahaan	Presentasi pertumbuhan
1.	Indutri Kimia Farmasi dan obat Tradisional	11,45%
2.	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	3,84%
3.	Industri Makanan dan Minuman	2,45%

Sumber: liputan6.com,2020 (diolah)

Berdasarkan laporan keuangan semester I 2020, industri sektor barang konsumsi menjadi sektor yang paling minim koreksinya dibandingkan dengan sektor lainnya. Sebagian besar industri sektor barang konsumsi berhasil mempertahankan kinerjanya di tengah resesi dan krisis akibat covid-19, walaupun tidak bisa tumbuh tinggi. Berikut indeks sektoral kuartal 1/2020:

Tabel 2. Perubahan sektor manufaktur

No	Sektor	Perubahan	Posisi 31 Maret
1.	Indeks sektor industry barang konsumsi	-19,17%	1659,14
2.	Indeks sektor perdagangan, jasa, dan investasi	-21,77%	602,27
3.	Indeks sektor pertambangan	-23,54%	1184,09
4.	Indeks sektor keuangan	-26,94%	989,67
5.	Indeks sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi	-29,20%	805,43
6.	Indeks sektor manufaktur	-29,52%	1.027,10
7.	Indeks sektor property, real estat dan konstruksi bangunan	-32,84%	338,41
8.	Indeks sektor pertanian	-39,10%	928,46
9.	Indeks sektor aneka industry	-40,10%	733,03
10.	Indeks sektor industry dasar dan kimia	-40,68%	580,26

Sumber:bisnis.com, 2020 diolah

Berdasarkan tabel di atas juga dapat dilihat bahwa sektor industri barang konsumsi menjadi sektor pertama yang minim koreksinya dibandingkan dengan sektor manufaktur lainnya. Mengutip pada data Bursa Efek Indonesia juga menyatakan bahwa sektor industri barang konsumsi ini hanya terkoreksi 5,5% sejak awal tahun 2020. Bandingkan dengan indeks sektor properti yang ambles hingga 34,8% dan indeks aneka industri yang turun hingga 29,55%. Minimnya koreksi yang terjadi pada indeks sektor barang konsumsi menunjukkan bahwa saham-saham disektor *consumer goods* memang cenderung lebih *resilient* (kokoh) ditengah kondisi pasar seperti ini. Hal ini juga menjadi salah satu pertimbangan pelaku pasar untuk mengkoleksi saham-saham di *sector consumer*. Etmiten barang konsumsi dinilai cukup bertahan dari sentimen pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Berikut beberapa contoh perusahaan pada sektor manufaktur industri barang konsumsi yang mengalami peningkatan laba:

Tabel 3. Tabel peningkatan laba sektor manufaktur industri barang konsumsi

No	Nama Perusahaan	Laba Tahun 2019	Laba Tahun 2020	Presentasi Kenaikan
1.	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)	2,57 Triliun	3,37 Triliun	31,12%
2.	PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	2,54 Triliun	2,84 Triliun	11,81%
3.	PT Kalbe Farma Tbk (KLBF)	1,26 Triliun	1,39 Triliun	10,3%

Sumber: Kontan.co.id, 2020 diolah.

Perusahaan pada sektor indutri barang konsumsi pada tabel 3 di atas mengalami peningkatan laba meskipun dalam krisis pademi covid-19. Pademi covid-19 ini menimbulkan pembatasan sosial berskala besar yang mengakibatkan masyarakat untuk tetap melakukan aktivitas dari rumah dengan tetap menjaga imunitas tubuh dengan sehat. Menjaga imunitas tubuh agar tetap sehat ini

dilakukan masyarakat dengan saran mengkonsumsi asupan makan-makanan yang bergizi. Hal ini menyebabkan banyaknya permintaan produk kebutuhan pokok rumah tangga yang tinggi, sehingga pada perusahaan-perusahaan sektor industri barang konsumsi banyak yang mengalami kenaikan. Seperti pada perusahaan ICBP dan INDF.

Kenaikan permintaan bukan hanya dirasakan pada perusahaan industri bahan pokok rumah tangga, tetapi juga perusahaan obat-obatan dan kimia. Dalam kondisi pandemi covid-19 bukan hanya asupan makanan bergizi saja yang berguna untuk meningkatkan imunitas tubuh tetapi dibutuhkan juga multivitamin. Multivitamin dan obat-obat ini sangat banyak mengalami peningkatan karena didorong oleh perilaku kesadaran masyarakat. Kesadaran masyarakat ini membuat perusahaan-perusahaan besar obat-obatan dan multivitamin juga mengalami kenaikan permintaan yang tinggi, seperti yang dialami salah satunya pada perusahaan KLBF.

Huang et al., (2020) menyatakan banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satu dari faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan diduga bisa mempengaruhi nilai perusahaan, karena ukuran perusahaan merupakan suatu kondisi yang dapat dilihat dengan jelas dari banyaknya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat juga dari hasil penjualan yang dilakukan, rata-rata penjualan dan rata-rata dari total aset. Besar kecilnya suatu aset dapat digambarkan melalui penjualan bersih pada tahun berjalan atau kondisi saat ini dan penjualan pada tahun-tahun sebelumnya. Ukuran perusahaan ini juga merupakan faktor penentu kepercayaan investor.

Menurut Murni et al., (2017) *leverage* adalah rasio atau proporsi yang menunjukkan besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan. Nilai *leverage* yang tinggi menunjukkan biaya perusahaan tidak bergantung pada pendanaan internal. Dengan semakin tingginya rasio *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan kreditur. Hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi. Namun ketika hutang yang digunakan perusahaan dapat digunakan dengan manfaat yang benar ini akan membuat perusahaan bernilai dan perusahaan akan dipandang baik oleh investor, sehingga investor tertarik untuk menanamkan sahamnya.

Kebijakan dividen juga mengendalikan peran penting untuk peningkatan nilai perusahaan. Pembagian dividen seringkali digunakan sebagai signal yang positif dari manajer yang mempunyai informasi lengkap kepada investor dengan pembayaran dividen yang tinggi akan mendorong investor melakukan pembelian saham sehingga bisa menaikkan harga saham.

Faktor lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Assets (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*. *ROA* merupakan rasio atau proporsi yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pengembalian atas aset yang digunakan. *Return On Assets* mencerminkan berapa banyak pengembalian yang dihasilkan dari setiap rupiah uang yang diinvestasikan dalam aset. Sintyana & Artini, (2019) menyatakan semakin tinggi *ROA*, semakin tinggi keuntungannya yang dihasilkan perusahaan, maka hal ini membuat investor tertarik dengan nilai sahamnya.

Return On Equity (ROE) adalah rasio atau proporsi yang menjelaskan seberapa persen laba bersih diperoleh jika diukur menggunakan modal pemilik. Semakin tinggi keuntungannya, maka *return* yang dihasilkan oleh perusahaan semakin tinggi. Perusahaan yang memiliki tingkat *return* yang tinggi akan menaikkan harga sahamnya, sehingga investor akan lebih berminat untuk membeli lebih banyak saham perusahaan yang tersedia.

Ada banyak penelitian yang meneliti tentang nilai perusahaan. Dari beberapa penelitian membuktikan hasil yang tidak sama. Penelitian yang dilakukan oleh Suryana, Rahayu, & SE., M.Ak., Ak, (2018) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan, profitabilitas berpengaruh dengan arah negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Utomo, (2016) menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryana et al., (2018) dengan judul Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor *property* dan *real estate* yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Gede Rudangga, (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryanawa, (2019) yang menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Martha, Lidya, (2018) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia, (2017) yang menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen dengan *proxi debt payout ratio (DPR)* memiliki nilai signifikansi 0,000 mempengaruhi nilai perusahaan dengan *proxi tobin's q*.

Penelitian yang dilakukan Oktaviarni, F, (2019) membuktikan hasil yang berbeda bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini mempunyai arti bahwa profitabilitas akan memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lulu, (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Atas dasar latar belakang yang telah diuraikan di atas, terutama adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Return On Assets (ROA)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah *Return On Equity (ROE)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap *Nilai Perusahaan*
3. Untuk mengetahui pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Assets (ROA)* terhadap Nilai Perusahaan
5. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity (ROE)* terhadap Nilai Perusahaan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan dan memperkaya teori mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta ilmu pengetahuan tentang ukuran perusahaan, *leverage*, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

b. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan masukan dan solusi kepada penentu kebijakan perusahaan dengan permasalahan mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.