

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang terjadi saat ini membuat setiap perusahaan harus melakukan perencanaan strategi yang baik untuk meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Salah satu tujuan suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan bagi kemakmuran para pemegang saham melalui maksimisasi nilai perusahaan (Sartono, 2010). Nilai perusahaan merupakan nilai yang mencerminkan berapa banyak harga yang bersedia dibayar pihak investor untuk suatu perusahaan. harga saham yang tinggi tentu akan membuat nilai perusahaan menjadi tinggi.

Fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan diataranya. PT Tiga Pilar Sejahtera Food yang menyebabkan nilai perusahaan menurun. Hal tersebut dikarenakan harga saham merupakan indikator untuk menunjukkan nilai perusahaan. Penurunan harga saham AISA disebabkan karena aktivitas penggerebekan yang dilakukan oleh pihak kepolisian di gudang anak usaha AISA yaitu PT Indo Beras Unggul yang bergerak di industry dan perdagangan beras pada akmis 20 juli 2017. PT Indo Beras Unggul diduga melakukan praktik kecurangan dalam perdagangan beras dengan cara mengganti kemasan beras bersubsidi kemudian dikemas ulang menggunakan merek barang yang berkualitas. Hal tersebut berdampak pada menurunnya harga saham PT Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA) selaku induk dari PT Indo Beras Unggul yang menurun pada sesi pertama perdagangan selama jumat 21 juli 2017. Saham ASIA mengalami

penurunan hingga 400 poin atau 24,92% ke level Rp 1.205 per saham menurunnya harga saham PT Tiga Pilar Sejahtera Food juga akan berdampak pada menurunnya nilai perusahaan. (www.liputan6.com)

Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkopeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris. Nilai perusahaan yang baik akan dapat menarik lebih banyak investor dan kepentingan pihak lain untuk ikut serta dalam perusahaan (Sucuahi dkk, 2016). Namun, dalam meningkatkan nilai perusahaan akan muncul kepentingan antara agen (manager) dan principal (pemegang saham). Tidak jarang manager perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan konflik yang biasa disebut *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadinya, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan menejer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Dewi dan Sujana, 2019). Penelitian ini menggunakan Tobin's Q karena Tobin's Q merupakan rasio yang dapat memberikan informasi terbaik dalam mencerminkan nilai perusahaan sebab dalam perhitungannya rasio ini melibatkan seluruh unsur dari utang dan modal saham perusahaan, yang tidak hanya meliputi saham biasa

dan ekuitas pemegang saham saja akan tetapi seluruh aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor. Kemampuan perusahaan yang besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menumbuhkan kepercayaan pada investor. Kepercayaan investor ini pada akhirnya dapat menjadi instrument yang paling efektif untuk mengangkat harga saham perusahaan. Peningkatan harga saham sama artinya meningkatkan nilai perusahaan sehingga lebih lanjut dapat menjamin kemakmuran pemegang saham (Iqnaritus dkk, 2017). Rasio Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Equity* (ROE). Penggunaan ROE karena untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Karena itu semakin tinggi *return on equity* yang dihasilkan akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan.

Salah satu faktor penting dalam unsure pendanaan adalah utang (*leverage*). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksiran dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Pada umumnya, investor menghindari perusahaan yang memiliki leverage yang tinggi karena semakin tinggi rasio leverage maka akan semakin tinggi pula risiko yang akan dibebankan, khususnya apabila perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya secara tepat waktu. Para kreditor biasanya lebih menyukai rasio utang yang lebih tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham, sehingga semakin besar perlindungan bagi kreditor atas

risiko tidak terbayarnya utang (Hary, 2017). Penelitian ini menggunakan DER sebagai proksi dari *leverage* karena ingin mengetahui pengaruh risiko hutang terhadap Nilai perusahaan melalui modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan semakin besar ukuran atau skala perusahaan akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbans dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besarnya kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai perusahaan tersebut.

Penelitian ini menggunakan logaritma murni total aset sebagai proksi dari *size* atau ukuran perusahaan. Penelitian Rudiangga & Sudiarta (2016) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, Pantow, Murni & Trang (2015) mengungkapkan hasil penelitian yang sebaliknya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

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).

Bagi investor perusahaan yang pertumbuhannya baik, merupakan aspek yang menguntungkan dalam memperoleh return dan investasinya. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi di masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa depan. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan meningkat, maka mengidentifikasi nilai perusahaan yang besar dan merupakan harapan bagi pemilik perusahaan. Pertumbuhan penjualan dipengaruhi beberapa faktor kondisi, kemampuan penjual dan kondisi pasar. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya.

Penelitian mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh para ahli sebelumnya. (Nurminda dkk, 2017) profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rahayu & Sari, 2018) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara untuk variabel *leverage*, (Febriyanto, 2018) yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Prasetyorini, 2013) menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sementara untuk variabel Ukuran perusahaan (Prasetyorini, 2013) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pantow, Murni & Trang (2015) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. sementara untuk variabel pertumbuhan penjualan (Dewi dan Sujana, 2019) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pantow, Murni & Trang (2015) menyatakan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian – penelitian tersebut, menunjukkan adanya hasil penelitian yang masih inkonsisten baik di dalam tahun penelitian yang sama maupun di dalam tahun penelitian yang berbeda. Inkonsisten yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan yang hasilnya masih berbeda-beda. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nurminda dkk, 2017). Penelitian ini lebih lanjut akan meneliti pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan studi ini dengan penelitian (Nurminda dkk, 2017) adalah:

1. Dalam studi (Nurminda dkk, 2017) menggunakan profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Dalam studi ini

peneliti menambah variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan yang diperkirakan juga ikut mempengaruhi nilai sebuah perusahaan.

2. Dalam studi (Nurminda dkk, 2017) menggunakan alat ukur *Price book value* (PBV) sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat ukur Tobin's Q
3. Dalam studi (Nurminda dkk, 2017) populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Dalam studi ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi. Karena perusahaan industri barang konsumsi memiliki saham yang aktif. Selain itu, terjaganya pertumbuhan sektor barang konsumsi yang mendapatkan apresiasi yang positif dari investor. Selain itu masyarakat lebih familiar dengan emiten-emiten di industri barang konsumsi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti bermaksud mengadakan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Profitabilitas, *leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) ”.**

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah dengan besarnya ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Pembatasan masalah

Batasan masalah dalam penelitian akan lebih diarahkan kepada berbagai indikator-indikator yang menurut peneliti dominan mempengaruhi terjadinya nilai perusahaan pada perusahaan-perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari periode 2016-2018 yakni profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh dari *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh dari pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh dari profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti.

Hasil dari penelitian ini berguna bagi penulis untuk menambah pemahaman dalam memperkaya pengetahuan yang berhubungan mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

2. Bagi Kalangan Akademisi

Hasil penelitian ini mampu menjelaskan dan memberikan wawasan mengenai profitabilitas, *Leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan

penjualan dan nilai perusahaan, serta mengenai apakah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai suatu perusahaan.

3. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi kepada perusahaan agar mengetahui keberadaan dan mengendalikan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan dalam mengukur nilai perusahaan, dimana hal ini sangat berguna agar para investor tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut.