

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dalam dunia bisnis saat ini sangat pesat, banyak perusahaan yang baru terdaftar di BEI yang menyebabkan persaingan antar perusahaan akan semakin ketat. Dilansir dari website Bisnis.com pada 5 Agustus 2022, Bursa Efek Indonesia (BEI) mengumumkan bahwa terdapat 800 emiten yang terdaftar menjadi perusahaan publik, dan sepanjang tahun 2022 ini sudah terdapat 34 emiten baru yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan dituntut supaya bisa memanfaatkan kemampuan apa saja yang dimiliki untuk bisa unggul dalam persaingan yang ada. Perusahaan juga memiliki harapan untuk menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu, perusahaan harus melakukan analisis kondisi keuangan untuk mengetahui hasil kinerja keuangan selama periode tertentu, supaya bisa dilakukan evaluasi jika kinerja keuangan tersebut belum memperoleh hasil yang baik bagi nilai perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan dan memaksimalkan kinerja yang dilakukan agar mencapai kemakmuran dan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham dengan cara memperoleh peningkatan nilai perusahaan.

Menurut Hery (2017), nilai perusahaan merupakan sebuah pencapaian yang dilakukan perusahaan sebagai gambaran umum untuk masyarakat yang masih memberikan kepercayaan kepada perusahaan setelah melaksanakan kegiatan operasional selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan berdiri sampai saat ini. Menurut Silvia Indrarini (2019), nilai perusahaan adalah sebuah persepsi yang diberikan investor kepada tingkat pencapaian seorang manajer perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan yang telah dipercayakan dan berkaitan dengan harga saham. Maka dari itu, nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan dijadikan gambaran umum atau penilaian kinerja perusahaan bagi para investor untuk melakukan investasi di perusahaan yang masih melakukan kegoatan

operasionalnya dengan baik. Jika perusahaan melakukan pengembalian investasi yang tinggi kepada investor atau pemegang saham, maka hal tersebut menjelaskan bahwa nilai saham yang meningkat akan membuat nilai perusahaan meningkat. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin makmur dan berhasil bagi pemiliknya.

Berdasarkan data dari [Idx.co.id](http://Idx.co.id) pada tahun 2021 terdapat daftar saham di Bursa Efek Indonesia yang dibuat per sektor IDX-IC (*Indonesia Stock Exchange Industrial Classification*) yang berlaku mulai 25 Januari 2021. IDX-IC telah mengganti JASICA (*Jakarta Stock Exchange Industrial Classification*) yang membuat kelompok perusahaan yang terdaftar sesuai dengan eksposur pasar atas produk atau jasa. Dengan demikian, metode klasifikasi IDX-IC memiliki tujuan untuk memberi panduan untuk pengguna sesuai kelompok perusahaan yang sejenis. Klasifikasi tersebut terdiri dari 12 sektor, 35 sub sektor, 69 industri, serta 130 sub industri. Dari 12 sektor tersebut salah satunya adalah sektor *consumer cyclical* (konsumen non primer atau sekunder), yaitu perusahaan yang melakukan produksi barang dan jasa secara umum untuk dijual kepada konsumen. Sektor *consumer cyclicals* ini sangat tergantung dengan perubahan kondisi ekonomi, ketika kondisi ekonomi bertumbuh maka harga saham siklikal akan menaik, namun jika kondisi ekonomi menurun maka harga saham siklikal tersebut akan ikut menurun.

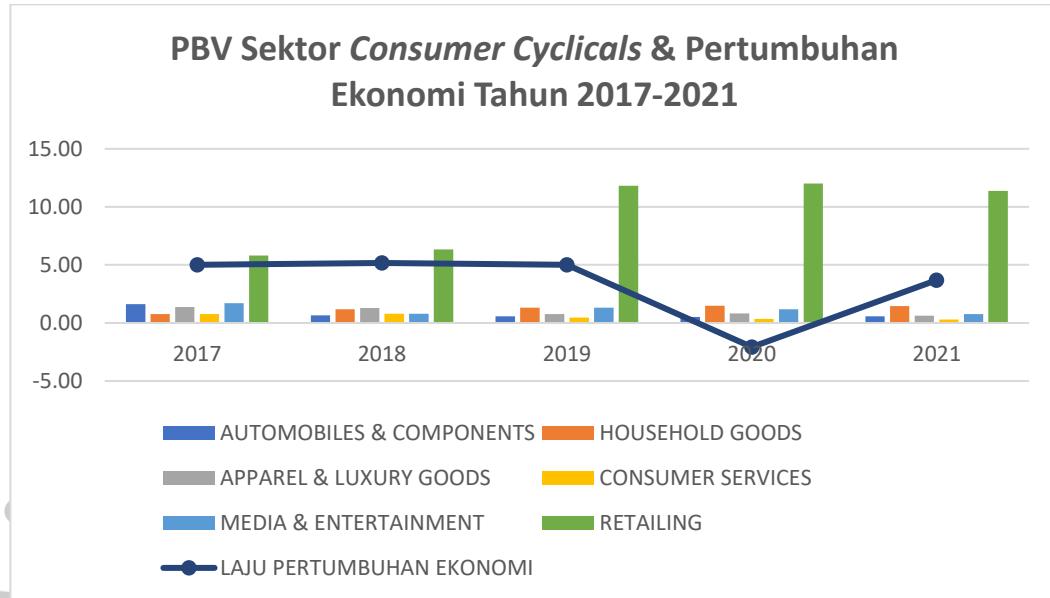
Fenomena yang terjadi di awal tahun yaitu di lansir oleh [harapanrakyat.com](http://harapanrakyat.com) pada Februari 2022, kinerja volume emiten yang ada pada sektor *consumer cyclicals* memperoleh apresiasi, seperti saham emiten yang bergerak di bidang televisi yaitu PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) yang mencakup usaha *entertainment* yaitu MNCTV, RCTI, iNews, dan GTV. Saham tersebut menguat dari Februari sebesar 52,559,200 menjadi 54,695,600 pada Maret 2022. Adapun yang lain seperti PT. Intermedia Capital Tbk (MDIA) yang mencakup usaha ANTV sahamnya dari 2,093,500 pada Februari menjadi 11,429,300 pada Maret 2022. PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) yang mencakup usaha SCTV dan Indosiar juga sahamnya menguat dari 175,705,800 menjadi 227,983,100 pada Maret 2022. Dan PT Net Visi Media Tbk (NETV) juga termasuk sektor *consumer cyclicals* yang

sahamnya meningkat dari 34,507,200 pada Februari menjadi 106,066,200 pada Maret 2022. Keempat perusahaan tersebut mengalami kenaikan volume transaksi. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2021, daya beli masyarakat terus meningkat dan mobilitas sudah lebih bebas yang diakibatkan karena pengendalian pandemi.

Dilansir oleh Kontan.co.id pada Maret 2022, bahwa pada sektor *consumer cyclicals* ini emiten-emiten telah mencapai lonjakan harga saham yang sangat signifikan, indeks saham pada sektor ini masih bertahan di zona hijau. Emiten yang bergerak di bidang perhotelan, media, dan ritel telah menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi pada sektor *consumer cyclicals*. Pada PT Hotel Sahid Jaya Tbk (SHID) telah memimpin dengan saham yang meningkat sebesar 237,18% dan disusul oleh PT MNC Digital Entertainment Tbk (MSIN) dengan kenaikan saham sebesar 125,81%. Kemudian PT Fortune Indonesia Tbk (FORU) yang melesat sampai 103,60%, PT Red Planet Indonesia Tbk (PSKT) yang meningkat sebesar 78%, PT Dafam Property Indonesia Tbk (DFAM) yang meningkat sebesar 53,65%, PT Mega Perintis Tbk (ZONE) yang meningkat sebesar 52,17%, dan saham PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) yang juga meningkat sebesar 46,99% secara YTD.

Terlihat dari fenomena yang terjadi menjadi sebuah tanda tren yang positif pada sektor *consumer cyclicals* ini, daya beli masyarakat sudah mulai meningkat lagi setelah masa pandemi. Walaupun prediksi akan lebih baik dibandingkan tahun lalu, namun untuk jangka menengah sampai akhir tahun masih cenderung dapat berubah-ubah. Kemudian pada pertengahan tahun yaitu di lansir oleh Investopedia pada Juli 2022, bahwa saham siklus telah mewakili perusahaan yang memproduksi dan menjual barang dan jasa menjadi pilihan yang diminati saat ekonomi sedang baik. Seperti perusahaan yang berhubungan dengan restoran, hotel, maskapai penerbangan, furniture, pengecer pakaian kelas atas, sampai produsen mobil. Masyarakat bisa berhenti mengeluarkan dananya untuk sektor *consumer cyclicals* ini pada masa-masa sulit seperti pandemi, ketika masyarakat berhenti atau menunda untuk membeli sesuatu maka perusahaan yang memproduksi dan menjual barang

tersebut akan menurun, kondisi itulah yang membuat tekanan pada harga saham perusahaan. Berikut grafik rata-rata nilai perusahaan sektor *consumer cyclicals* dengan pengukuran *Price to Book Value* (PBV) :



Gambar 1. 1 Grafik PBV dan Laju Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2017 – 2021

#### Sumber : Data Diolah

Berdasarkan grafik yang telah dibuat, terdapat 6 sub sektor *consumer cyclicals* di BEI mulai tahun 2017-2021. Grafik yang dibuat merupakan rata-rata nilai PBV yang diambil dari satu perusahaan per sub sektor. Sangat terlihat pada sub sektor retailing tahun 2019 dan 2020 mengalami kenaikan yang tinggi dan menurun sedikit di tahun 2021. PBV saham yang bagus adalah di bawah angka 1 yang artinya harga saham sedang dalam kondisi *undervalued*, sehingga waktu yang tepat untuk kita beli. Dan sebaliknya, jika nilai PBV diatas angka 1 maka saham berada dalam kondisi *overvalued*.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian dari penjualan dan investasi. Menurut hasil penelitian dari Yanti & Darmayanti (2019), Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari profitabilitas perusahaan dapat melihat besarnya

kemampuan dalam menghasilkan laba melalui pengelolaan aset yang dimiliki perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniastri, Endiana, & Kumalasari (2021), yaitu profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut seharusnya dilakukan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas untuk memperoleh laba yang tinggi, jika perusahaan mampu mempertahankan risiko bisnis maka akan semakin meningkat profitabilitasnya, hal tersebut akan berdampak pada tingkat kenaikan nilai perusahaan dan untuk evaluasi keberhasilan efektivitas perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal. Struktur modal digunakan calon investor untuk menanamkan investasinya ke dalam perusahaan, karena struktur modal bisa menggambarkan modal perusahaan, total utang dan total aset, yang mana dari ketiga hal tersebut bisa dimanfaatkan oleh investor untuk mengukur tingkat risiko, tingkat pengembalian, dan pendapatan yang diterima. Menurut Rahmansyah (2018), penelitian yang dilakukannya adalah struktur modal berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan. Struktur modal bisa dihitung menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER) yaitu rasio dengan membandingkan total utang dan total ekuitas untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh kreditor dengan pemilik perusahaan dan sebagai jaminan dari utang yang mempengaruhi terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Hal tersebut juga mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Sulistiorini (2022), struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti menurut penelitian Yanti & Darmayanti (2019), yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan mendapatkan sumber pendanaan yang bisa dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Ukuran Perusahaan dapat dilihat berdasarkan total penjualan, aset, dan jumlah karyawan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Vijaya & Budiyanto (2019), yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut

disebabkan perusahaan tidak melihat ukuran perusahaan, karena total aset yang meningkat belum tentu nilai perusahaan juga meningkat.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan, maka peneliti perlu melakukan penelitian kembali dengan variabel-variabel yang menjadi faktor yaitu Profitabilitas, Capital Structure, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PADA SEKTOR *CONSUMER CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2021)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dapat dijabarkan adalah :

1. Apakah Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Struktur Modal memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan dapat berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
2. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.
3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
4. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoristis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memperluas pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Dan dapat mendalami pengetahuan tentang keterampilan penulisan karya ilmiah.

#### b. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian diharapkan sebagai sumber informasi dalam rumusan masalah yang berkaitan dengan tambahan pustaka bagi mahasiswa

#### c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan sebagai tambahan nilai untuk saran dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan membentuk citra baik perusahaan sebagai landasan dalam pengambilan keputusan yang berdampak pada perusahaan.