

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan menjadi perhatian banyak pihak, khususnya masyarakat bisnis. Nilai perusahaan dijadikan alat untuk mempengaruhi perspektif investor terhadap perusahaan, karena nilai perusahaan dipandang dapat memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya. Semakin tinggi/meningkat nilai perusahaan, maka investor akan beranggapan tidak semua perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaannya secara cepat, karena realitanya masih banyak perusahaan yang terus menurun yang tergambarkan dari turunnya harga saham setiap tahunnya.

Perkembangan pasar modal dalam perekonomian Indonesia saat ini cukup baik sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi dalam pembelian saham, dan kegiatan investasi ini diperkirakan akan menguntungkan para pemegang saham. Harga saham selalu berfluktuasi dan nilainya selalu berubah karena keadaan dan situasi tertentu. Kinerja ekonomi yang baik dapat menjadi salah satu penilaian pemegang saham terhadap suatu investasi (Pratama, 2021). Perubahan harga saham jangka pendek tidak dapat diprediksi dengan pasti. Namun dalam jangka panjang, perkembangan perusahaan dan pergerakan harga saham pada umumnya bergerak searah. Apresiasi harga saham dimungkinkan ketika semakin baik kinerja perusahaan, semakin tinggi keuntungan dan semakin tinggi keuntungan yang dinikmati investor. (Annisawanti, 2021).

Sektor industri barang konsumen non-siklus (*consumer non-cyclical*) merupakan sektor yang baru terkonsolidasi oleh pasar saham Indonesia pada awal tahun 2021. Industri barang konsumsi non-siklus merupakan sektor primer barang konsumsi, termasuk perusahaan yang memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa. yang biasanya dijual kepada konsumen tetapi untuk barang-barang yang bersifat pokok agar tidak terpengaruh oleh pertumbuhan ekonomi. Industri barang konsumen non-siklus (konsumen non-siklus) adalah berbagai jenis bisnis seperti tekstil, mobil, ritel, real estat, hotel, dan lain-lain. Sejak akhir 2019 hingga awal 2021, rata-rata harga saham sektor ini turun dari lebih dari Rp800 menjadi sekitar Rp700 per saham. Sektor ini terdiri dari beberapa subsektor yaitu subsektor Ritel Makanan dan Bahan Pokok, subsektor Industri Makanan dan Minuman, subsektor Rokok dan subsektor Rumah Tangga Tahan Lama. (Statistik Laporan Tahunan IDX, 2021).

Beberapa fenomena terjadi pada perusahaan-perusahaan dalam industri konsumen non-siklus (*non-cyclical consumer*). Yang pertama dari PT Unilever Indonesia Tbk. Dikenal sebagai Big Caps/Bluechips (perusahaan dengan kapitalisasi saham lebih dari 10 triliun rupiah), perusahaan ini mengalami penurunan harga saham yang cukup tajam dan signifikan. Pada tahun 2017, harga saham tersebut adalah Rs 11.190 per saham, tetapi turun masing-masing menjadi Rs 9.080/saham, Rs 8.570/saham dan Rs 7.350/saham pada tahun berikutnya hingga tahun 2020.



Sumber: Tradingview.com

Penurunan harga saham PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2017-2021 dapat dilihat bahwa harga saham PT Unilever Indonesia mengalami penurunan besar sebagai raksasa di Indonesia. Padahal, hingga awal tahun 2022, harga saham PT Unilever Indonesia turun tajam menyentuh 3.880 rubel/lembar. Jika dihitung, harga saham PT tahun 2017-2021. Unilever Indonesia mengalami penurunan yang signifikan sebesar 9%. Jika kita mempertimbangkan harga tertinggi pada periode 2017-2021, yaitu, hingga akhir tahun 2021 dengan harga Rp 11.190/lembar, selanjutnya Rp 3.880/lembar, PT Harga saham Unilever di Indonesia turun 63,5%.

Penurunan harga saham PT Unilever Indonesia kemudian naik ke level tertinggi di awal tahun 2018, sementara kinerja perusahaan menurun sejak tahun ini. Hal ini seolah memberi sinyal kepada pasar bahwa investor tidak terkesan dengan kinerja keuangan PT Unilever Indonesia setelah 2018. Operasional keenam perusahaan ini dipengaruhi oleh kebijakan seluler yang lebih ketat akibat pandemi Covid-19, yang memengaruhi daya beli konsumen, terutama di segmen

pasar di mana PT Unilever Indonesia bekerja. Saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mencatatkan kinerja terburuk kedua di antara emiten di sektor barang konsumsi selama 10 tahun terakhir, setelah PT Mayora Indah Tbk (MYOR). Bahkan, harga saham UNVR sempat mencapai titik terendah dalam lima tahun terakhir. Kenaikan harga bahan baku pada tahun 2020 dan 2021 akibat meningkatnya pandemi Covid menjadi salah satu penyebab buruknya kinerja perusahaan. (Investor.id 2023)

Merujuk riset Nilzon Capital (konsultan investasi yang terdaftar di OJK), harga saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) bahkan kalah signifikan dari kinerja indeks IHSG dan LQ45 sejak awal tahun 2018 hingga saat ini. IHSG merupakan indeks pergerakan saham tercatat di BEI. Maka, dapat disimpulkan bahwa posisi IHSG mencerminkan kondisi saham-saham di pasar modal. Sebagai emiten sektor konsumen non-siklus didorong untuk kembali ke perusahaan swasta. Jika isu dan rekomendasi adalah memprivatisasi PT Unilever Indonesia Tbk, berarti perusahaan ini akan delisting dari Bursa Efek Indonesia yang sebelumnya merupakan perusahaan publik menjadi perusahaan swasta. Setelah penurunan harga saham dalam beberapa tahun terakhir, investor kini dihantui rumor bahwa PT Unilever Indonesia Tbk akan delisting. Selain masalah tersebut, investor korporasi khawatir dengan prospek dan prediksi bahwa harga saham PT Unilever Indonesia Tbk akan terus turun menjadi 2.000 rubel per saham pada tahun 2022.

Ketika harga saham meningkat, nilai perusahaan meningkat, menunjukkan pengembalian yang tinggi atas modal yang diinvestasikan bagi pemegang saham. Untuk mewujudkan tujuan perusahaan, perusahaan harus memenuhi kebutuhan

keuangannya untuk memaksimalkan efisiensi. Hasil yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan tidak dapat digambarkan dengan harga saham perusahaan saja, tetapi banyak cara untuk mengukur tingginya nilai suatu perusahaan, dan salah satu metrik yang dapat digunakan adalah *Price to Book Value* (PBV). *Price to book value* (PBV) adalah rasio keuangan yang membandingkan harga suatu saham dengan nilai buku saham tersebut. Semakin tinggi nilai PBV maka tingkat kesejahteraan pemegang saham semakin tinggi, sehingga perusahaan dikatakan telah memenuhi salah satu tujuannya.

Nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk manajemen risiko operasional, profitabilitas, dan kinerja keuangan. Menurut Anisa (2012), manajemen risiko adalah proses mengidentifikasi, mengukur dan mengelola risiko keuangan yang merusak atau mengancam aset dan pendapatan perusahaan dan dapat menyebabkan kerugian atau kerusakan pada perusahaan. Manajemen risiko berperan dalam melindungi modal dan mengoptimalkan kinerja risiko. Sektor perbankan Indonesia memiliki volume operasi yang besar dan volume bisnis yang terus berkembang, sehingga model manajemen risiko terintegrasi harus diterapkan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengelola semua risiko. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa manajemen risiko perusahaan dapat mengurangi biaya kesulitan keuangan, meningkatkan penghindaran risiko manajer, mengurangi pembayaran pajak yang diharapkan, menyelesaikan masalah yang terkait dengan kurangnya investasi, dan memberikan kepercayaan kepada perusahaan dalam proyek investasi baru. Risiko operasional merupakan risiko yang paling lama diketahui dan sekaligus merupakan risiko

paling mendesak yang dihadapi lembaga keuangan pada umumnya, khususnya di dunia perbankan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (profit) selama periode waktu tertentu (Susanti dan Kurnia, 2017). Profitabilitas ini memberikan wawasan tentang seberapa efektif perusahaan beroperasi untuk menguntungkan perusahaan dalam mengejar keuntungan (Kasmir, 2016). Widnyana (2020), profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan dan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor merespon positif sinyal tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, kinerja keuangan merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba ( Profitabilitas ) pada tingkat penjualan, aset, dan modal tertentu. *Return On Equity* ( ROE ) menunjukkan seberapa besar keberhasilan atau kegagalan pihak manajemen perusahaan dalam memaksimalkan tingkat hasil pengembalian investasi para pemegang saham dan menekankan pada hasil pendapatan sehubungan dengan jumlah yang diinvestasikan. Profitabilitas adalah tingkat kemampuan untuk mengukur efisiensi pengelolaan suatu perusahaan, yang dihitung dari akumulasi keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan. Laporan laba rugi membantu pengguna laporan keuangan memprediksi arus kas masa depan. Penilaian kinerja perusahaan tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Selain menjadi indikator kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya kepada pemodal, laba

perusahaan juga merupakan bagian dari penciptaan nilai perusahaan yang menceritakan tentang prospek perusahaan di masa depan. Hasil penelitian. (Wahyuni dan Purwaningsih, 2021) mengatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena laba yang tinggi menandakan prospek perusahaan yang baik untuk menarik minat investor untuk berpartisipasi. meningkatnya permintaan saham.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Hery (2017) Ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Menurut Iqbal dalam Djuniar (2019) Perusahaan berskala besar mempunyai lebih banyak sumber daya yang dapat digunakan untuk perencanaan pajak dan lobi politik. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin baik manajemen pajaknya, karena semakin baik manajemen pajak perusahaan maka semakin baik tarif pajak efektifnya. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan. Dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Hapsoro dan Falih (2020) serta Dewi dan Abundanti (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori sinyal, yakni Apabila *total asset* dari suatu perusahaan bernilai besar, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah mencapai tahap

kedewasaan. Pada umumnya, perusahaan yang berada dalam tahap kedewasaan memiliki arus kas yang bernilai positif, prospek jangka panjang yang baik, relatif lebih stabil, mampu menghasilkan laba bagi perusahaan, dan memiliki pengendalian yang baik dalam kondisi pasar, sehingga dapat menghadapi persaingan ekonomi yang terjadi. Besar kecilnya ukuran perusahaan akan berdampak pada kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut, sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan (Rudangga dan Sudiarta 2016).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Research GAP pada penelitian-penelitian terdahulu pada nilai perusahaan untuk mengukur pengaruh pandemi Covid-19 terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan membandingkan nilai perusahaan sebelum dan ketika pandemi yang diukur menggunakan analisis kuantitatif. Lalu, karena belum terdapat penelitian sebelumnya yang membandingkan pengaruh pandemi Covid-19 terhadap berbagai sektor di Bursa Efek Indonesia (BEI), penelitian ini turut menguji pengaruh pandemi Covid-19 pada tingkat sektor atas hasil penelitian yang diperoleh Sanjaya & Linawati (2015) yang menyatakan manajemen resiko operasional berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hasil ini bertolak belakang pada penelitian Saptiti (2013). Penelitian yang dilakukan oleh (Budi Astuti dan Putu Yadhya, 2019) profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. n. Berbeda dengan penelitian Azmi et al, (2018), menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sulastri et al (2018) serta Kusna dan Setijani (2018), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Slamet et al (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak

berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu di atas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Manajemen Risiko Operasional, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Consumer Non Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian merumuskan masalah yang diuraikan di atas, maka masalah yang akan dijawab melalui penelitian ini adalah :

1. Apakah Manajemen Risiko Operasional berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Manajemen Risiko Operasional, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Peneliti membuat beberapa tujuan berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh Manajemen Risiko Operasional Terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh secara simultan Manajemen Risiko Operasional, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian di atas diharapkan akan memberi manfaat setelah penelitian selesai. Adapun Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor Subsektor *Consumer Non Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.
2. Bagi Kampus Tercinta, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah informasi dan tambahan ilmu pengetahuan bagi seluruh pihak di Universitas Pembangunan Jaya.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan nilai perusahaan. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan

keterampilan berpikir peneliti dalam hal penyelesaian masalah dan dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan, dapat dijadikan sebagai masukan untuk pimpinan Perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan nilai perusahaannya.

