BAB I
PENDAHULUAN

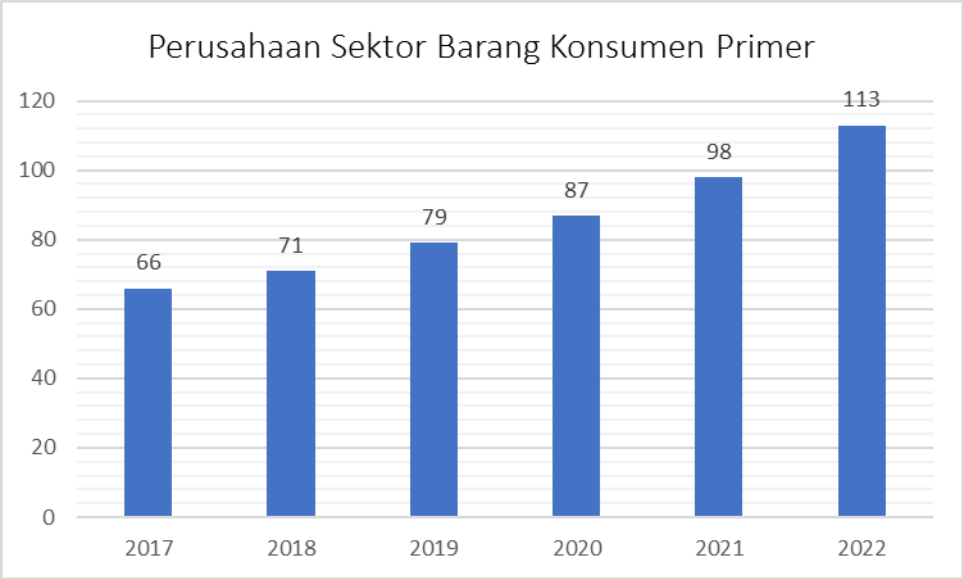
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal menyatakan bahwa bursa efek merupakan pihak yang mengadakan dan menyediakan sarana untuk melakukan transaksi jual dan beli efek di antara pihak-pihak terkait. Bursa efek yang ada di Indonesia disebut dengan Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perseroan yang telah mendapatkan izin usaha dari Otoritas Jasa Keuangan untuk menjadi sarana bagi pihak yang akan melakukan penawaran maupun transaksi jual dan beli efek.

Berdasarkan klasifikasi IDX-IC yang terbit pada tanggal 19 Januari 2021, terdapat 12 sektor perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia yang terdiri dari sektor energi, bahan baku, perindustrian, barang konsumen primer, barang konsumen non-primer, kesehatan, keuangan, properti dan real estate, teknologi, infrastruktur, transportasi dan logistik, dan produk investasi tercatat.

Perusahaan sektor barang konsumen primer terdiri dari 109 perusahaan dengan kode sektor D. Sektor ini memiliki 12 sub industri yang terdiri dari Ritel & Distributor Obat-obatan; Ritel & Distributor makanan; supermarket; minuman keras; minuman ringan; produk susu olahan; makanan olahan; ikan, daging & produk unggas; perkebunan & tanaman pangan; rokok; produk keperluan rumah tangga; dan produk perawatan tubuh Kayo (2021).

Sektor Barang Konsumen Primer merupakan salah satu yang memiliki pertumbuhan PDB yang unggul. Menurut Badan Pusat Statistika pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2018 merupakan pertumbuhan ekonomi yang paling tinggi selama lima tahun terakhir dengan 5,17 persen. Pertumbuhan ekonomi ini naik 0,1 persen dari tahun 2017 dengan angka 5,07 persen menjadi 5,17 persen pada tahun 2018.



Sumber: Bursa Efek Indonesia

Gambar 1. 1

Perkembangan Jumlah Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Berdasarkan Data BEI 2017 - 2022

Sektor Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI dari tahun 2017 - 2022 yang menunjukkan peningkatan. Peningkatan terbanyak terjadi antara tahun 2021 - 2022 yang meningkat sebanyak 15 perusahaan. Pada tahun 2022 jumlah perusahaan terhitung sebanyak 113 perusahaan.

1.2 Latar Belakang

Setiap perusahaan perlu menyusun strategi yang tepat untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dan memberikan performa yang baik dengan meningkatkan harga saham melalui nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah indikator penting untuk melihat kondisi perusahaan dan dapat mempengaruhi persepsi investor akan baik buruknya perusahaan dalam melaksanakan pengelolaan sumber daya yang dimiliki

(Pangestuti & Louisa, 2020). Adapun industri yang dengan secara mudah mendapatkan dana yang asalnya dari investor diantaranya sektor barang konsumen primer sebab berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia dan dianggap memiliki potensi yang dikarenakan produk pada sektor ini bersifat konsumtif, sehingga akan berdampak pada tingginya nilai perusahaan. Nilai kapitalisasi pasar pada sembilan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, akan disajikan pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Perkembangan Perdagangan Saham Sektoral Tahun 2021 – 2022

Sektoral	Kapitalisasi Pasar			
	2021		2022	
	Nilai (Rp)	%	Nilai (Rp)	%
IHSG	8.252.405.381.539.250	100	9.494.423.789.776.940	100
Energi	556.409.328.384.752	6,74	1.423.985.542.738.510	15,00
Bahan Baku	908.328.363.289.627	163,25	928.231.130.186.082	65,19
Perindustrian	385.107.560.198.983	42,40	414.317.525.862.797	44,64
Barang Konsumen Primer	1.039.116.004.903.590	269,82	1.151.195.976.543.920	277,85
Barang Konsumen Non-primer	376.993.732.502.942	36,28	354.528.900.181.855	30,80
Kesehatan	255.271.168.248.990	67,71	296.498.514.991.477	83,63
Keuangan	3.158.165.201.408.630	1237,18	3.390.436.891.064.400	1143,49
Properti dan Real Estate	243.348.051.301.715	7,71	249.684.063.326.585	7,36
Teknologi	376.836.282.357.225	154,85	402.822.620.175.668	161,33
Infrastruktur	853.713.969.499.679	226,55	828.431.396.463.153	205,66
Transportasi dan Logistik	44.132.716.448.244	5,17	54.258.728.242.490	6,55

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa sektor industri konsumsi memiliki kapitalisasi pasar kedua terbesar pada seluruh sektor yaitu sebesar 269,82% pada tahun 2021, dan 277,85% pada tahun 2022. *Financial Expert* Ajaib Sekuritas M. Julian Fadli menyebutkan bahwa sektor barang konsumen primer menjadi pilihan investor di tengah kenaikan inflasi dan normalisasi kebijakan moneter yang terjadi dalam negeri maupun global (Mulyana, 2022).

Kapitalisasi pasar yang besar akan menjadi sasaran investor untuk melakukan investasi jangka panjang karena memiliki potensi perkembangan perusahaan yang tinggi dan memiliki risiko yang rendah (Wahyudi, 2020).

Nilai perusahaan adalah presentasi organisasi yang tercermin dari biaya penawaran yang dibingkai oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang mencerminkan penilaian masyarakat atas pelaksanaan perusahaan. Nilai perusahaan adalah kesan pendukung keuangan tentang tingkat kemajuan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi nilai saham suatu perusahaan, semakin tinggi cerminan nilai perusahaan (Rajagukguk et al., 2019). Nilai perusahaan dapat memberikan sinyal bagi pemegang saham mengenai situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Teori sinyal merupakan teori yang dapat digunakan dalam penelitian ini.

Nilai perusahaan yang tinggi merupakan hal yang diinginkan para pemilik usaha, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran investor. Setiap investor maupun manager memiliki informasi yang sama tentang prospek suatu perusahaan, hal ini disebut dengan informasi asimetris. Namun, pada kenyataannya manager sering kali memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan dengan investor luar. Satu sisi manager perusahaan tahu bahwa prospek akan sangat menguntungkan dan dalam situasi lain manager tahu bahwa masa depan dari prospek yang akan dijalani terlihat tidak menguntungkan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan.

Menurut (Kasmir, 2019:114) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Selain itu, hasil pengembalian investasi baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil rasio ini, maka semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya, rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasional perusahaan. Profitabilitas menurut (Rajagukguk et al., 2019) merupakan kapasitas laba untuk menciptakan keuntungan atau laba. Laba

diperoleh dari kesepakatan dan pilihan keputusan investasi yang dibuat oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas tinggi akan memacu investor untuk memasukkan modal ke dalam perusahaan. Maka itu, semakin tinggi rasio profitabilitas mencerminkan tingginya laju keuntungan dari usaha sehingga akan menonjol bagi para pendukung keuangan untuk berkontribusi.

Menurut (Palupi & Hendiarto, 2018) profitabilitas adalah sebuah variabel yang dapat menggambarkan bagaimana keadaan keuangan suatu perusahaan. Apabila keadaan keuangan menunjukkan arah yang lebih baik maka mengindikasikan kinerja perusahaan tersebut juga membaik dan dapat berimbas pada pengembalian yang akan masuk ke investor juga meningkat. Hubungan antar profitabilitas dengan nilai perusahaan adalah profitabilitas dari sebuah perusahaan yang semakin besar maka akan meningkatkan laba perlembar saham, dan dengan peningkatan tersebut akan membuat para investor maupun calon investor merasa tertarik untuk berinvestasi dengan cara membeli saham perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan, dan begitupun sebaliknya.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi juga oleh kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya atau sering disebut likuiditas.. Likuiditas merupakan ukuran kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi hutang-hutangnya. Likuiditas dianggap berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi rasio likuiditas, maka semakin besar kemungkinan hutang bisa dibayar dan sebaliknya semakin kecil rasio likuiditas, semakin kecil kemungkinan hutang bisa dibayar (Indrayani et al., 2021).

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan evaluasi terhadap besar kecilnya suatu perusahaan dan dapat dinilai dari total aset, penjualan, laba, dan lain-lain (Nurbaiti et al., 2021). Hal ini berarti ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset perusahaan yang dapat memberikan gambaran seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan (Utami & Trisnawati, 2023).

Ukuran perusahaan yang besar dan tumbuh dapat mencerminkan bahwa tingkat profit dimasa mendatang akan semakin baik dan juga dapat mencerminkan perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga pasar akan mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan memperoleh pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut dan hal itu menyebabkan nilai perusahaan meningkat (Indrayani et.all., 2021).

Adanya penekanan biaya serta penurunan permintaan yang menyebabkan penurunan kapasitas produksi dapat mengakibatkan perolehan laba yang harus di dapatkan oleh perusahaan pun ikut menurun dimana tingkat profitabilitas suatu perusahaan pun mengalami penurunan. Dalam situasi lain, yang kita ketahui profitabilitas dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari penjualan, pendapatan investasi, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA), dimana semakin tinggi ROA maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan keuntungan bersih sehingga nilai perusahaan semakin tinggi. ROA yang bertumbuh memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan investor melalui tingkat keuntungan yang tinggi dari usaha, (Rajagukguk et al., 2019). Semakin besar nilai ROA maka semakin efektif perusahaan dalam mengelola asetnya, (Oktaviarni et al., 2019).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rajagukguk et al., 2019) dimana pengujian terhadap profitabilitas menunjukkan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi hasil keuntungan atas aset menyiratkan semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap nilai yang terdapat dalam total asset yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang baik sehingga para investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Pada dasarnya, investor

melakukan investasi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang akan meningkatkan kekayaan mereka sehingga dalam berinvestasi mereka akan mengharapkan return yang tinggi. Ini didukung pula oleh penelitian (Pangestuti & Louisa, 2020), (Husna & Satri, 2019), serta (Radja & Artini, 2020) yang mengungkapkan terdapat pengaruh positif diantara profitabilitas terhadap nilai perusahaannya.

Namun tidak sejalan dengan hasil riset (Arafah et al., 2021) serta (Kopong et al., 2021) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan persepsi investor tidak dipengaruhi oleh profitabilitas di mana perusahaan yang mengalami penurunan profitabilitas tidak sampai pada titik kebangkrutan, Analisis nilai perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia sehingga investor cenderung memperhatikan faktor lainnya seperti prospek perusahaan di masa mendatang, total hutang perusahaan, dan memantau kondisi eksternal. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pangestuti & Louisa, 2020), mengindikasikan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan disebabkan oleh meningkatnya asset perusahaan tanpa diikuti dengan peningkatan laba. Kemudian profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer karena adanya penekanan ekonomi negara yang berdampak pada permintaan maupun penawaran pasar dan daya beli masyarakat.

Hasil penelitian (Amalia, 2018) yang menyebutkan bahwa apabila likuiditas suatu perusahan tinggi, perusahaan akan terhindar dari kebangkrutan. Maka apabila likuiditas naik perusahaan juga akan naik dalam (Taufiqurrahman & Hidayati, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indrayani et.all., 2021) yang menyatakan bahwa Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan adanya dana yang menganggur pada perusahaan tetapi rasio likuiditas yang rendah juga kurang bagus karena menunjukkan adanya

masalah likuidasi, namun para investor tidak memperdulikan tinggi rendahnya rasio likuiditas dalam perusahaan karena investor berfokus pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian dari (Andriani, 2019) dan (Oktaviarni, 2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari fenomena yang terjadi dapat disimpulkan pula bahwa tingkat kepercayaan investor tidak hanya mengenai pertumbuhan modal tetapi dapat diukur pula melalui ukuran perusahaan. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Radja & Artini, 2020), hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hasil positif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang tinggi membuat nilai perusahaan semakin tinggi pula. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kondisi ini menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki harapan yang besar terhadap perusahaan besar.

Namun hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arafah et al., 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi karena perusahaan dengan ukuran yang besar belum tentu mampu memberikan jaminan bahwa nilai perusahaan yang akan diperoleh ikut menjadi tinggi, sebab perusahaan dengan ukuran yang besar belum tentu percaya diri dan mengambil tindakan untuk melangsungkan investasi baru terkait ekspansi sebelum utang perusahaan lunas. Sejalan dengan (Ramdhonah et.al., 2019) yang menyatakan bahwa ketidakefisienan dari manajemen ketika melakukan sebuah pengawasan merupakan salah satu penyebab atau kendala yang kemungkinan dapat terjadi pada perusahaan yang memiliki ukuran besar dan jika benar terjadi dapat memberikan imbas kepada nilai dari perusahaan akan mengalami penurunan.

Berdasarkan uraian lata belakang penelitian yang telah dijelaskan dan juga terdapat inkonsistensi pada beberapa hasil penelitian terdahulu. Oleh sebab itu masih terdapat relevansi untuk untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Sektor Perusahaan Barang Konsumen Primer Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 - 2022)".**

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan salah satu tahapan mendasar dari beberapa tahapan penelitian yang mempunyai kedudukan sangat penting dalam kegiatan penelitian. Penjabaran dari mengidentifikasi suatu masalah yang ingin dicapai penyelesaiannya dinamakan rumusan masalah (Dewi, 2018)

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022?
2. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022?
4. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022?
5. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara Ukuran Perusahaan

terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan adanya sebuah hasil, atau sesuatu yang diperoleh setelah penelitian itu selesai. Tujuan penelitian sebagai ungkapan keinginan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian karenanya rumusan tujuan harus relevan dengan masalah yang ditemukan, rumusan masalah sama dengan mencerminkan sebagai proses penelitian (Firdaus dan Zamzam, 2018).

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan permasalahan diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah :

1) Untuk menjelaskan bagaimana Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022
2) Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022
3) Untuk memaparkan bagaimana pengaruh secara parsial antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022
4) Untuk memaparkan bagaimana pengaruh secara parsial antara Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022
5) Untuk memaparkan bagaimana pengaruh secara parsial antara Ukuran

Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2022

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki manfaat diantaranya manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat agar dapat dijadikan sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi selama proses pembelajaran dan juga untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perusahaan Barang Konsumen Pirmer Yang Terdaftar Di BEI. Selain itu, metode penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan sumber pemikiran dan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan.

1.5.2 Aspek Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan bahwa seluruh tahapan dan hasil penelitian dapat memperluas wawasan dan dapat dijadikan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan mengenai Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perusahaan Barang Konsumen Pirmer Yang Terdaftar di BEI.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penulisan skripsi ini yang merupakan laporan hasil penelitian terdiri dari lima bab yang dapat dijelaskan pada sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian ini yang terdiri dari Bab I sampai Bab V, seperti berikut ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan

sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori tentang nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Kerangka pemikiran yang membahas rangkaian pemikiran untuk menggambarkan masalah dalam penelitian. Hipotesis penelitian sebagai jawaban atau dugaan sementara atas masalah yang akan diteliti dan rujukan untuk pengujian data.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Berisi pendekatan, metode dan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk dianalisa. Berisi jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan keadaan objek yang diteliti dengan hasil uji statistik deskriptif. Hasil dari analisis model dan menentukan model regresi data panel serta menguji hipotesis dalam penelitian ini tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor perusahaan barang konsumen primer di bursa efek indonesia periode 2017 - 2022.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan saran yang berhubungan dengan hasil yang telah dilakukan dan dapat menjadi perbandingan dalam penelitian selanjutnya.