

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada sektor industri saat ini yang semakin berkembang sangat pesat adalah sektor *consumer non cyclicals*, karena kebutuhan pada sektor ini sangat besar yang diakibatkan sifat konsumtif masyarakat yang. Demi memenuhi kebutuhan masyarakat maka banyak perusahaan sektor *consumer non cyclicals*. Karena semakin banyak bermunculan dan menyebabkan persaingan yang ketat (Pioh *et al.*, 2018). Persaingan bisnis yang sangat ketat di era globalisasi saat ini tidak bisa terlepas dari adanya pengaruh perkembangan diarea politik, perdagangan, sosial, dan teknologi modern. Perusahaan diharapkan mampu untuk mengatur memahami situasi yang terjadi. Perusahaan yang mampu bersaing dan unggul seharusnya memiliki kinerja yang baik agar dapat mempertahankan keberadaan. Perusahaan dapat mencerminkan kinerjanya melalui nilai perusahaan. Investor tertarik untuk berinvestasi ketika nilai perusahaan sedang tinggi dan berdampak harga sahamnya tinggi (Sukarya & Baskara, 2018).

Dengan pesatnya pertumbuhan penduduk Indonesia, kebutuhan terhadap perusahaan *consumer non cyclicals* terus meningkat karena merupakan salah satu kebutuhan utama dan menjadi kebutuhan terpenting dan kebutuhan pokok manusia. Kondisi saat ini menuntut perusahaan untuk berusaha menciptakan berbagai macam kreatifitas terhadap produknya sehingga membuat warga tertarik untuk membelinya. Perusahaan juga harus meningkatkan efisiensi perusahaan dalam tata kelola perusahaan dan pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan (Mawei & Tulung, 2019). Tingkat persaingan yang semakin ketat di dalam dunia usaha saat ini untuk menuntut perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, selain itu mementingkan

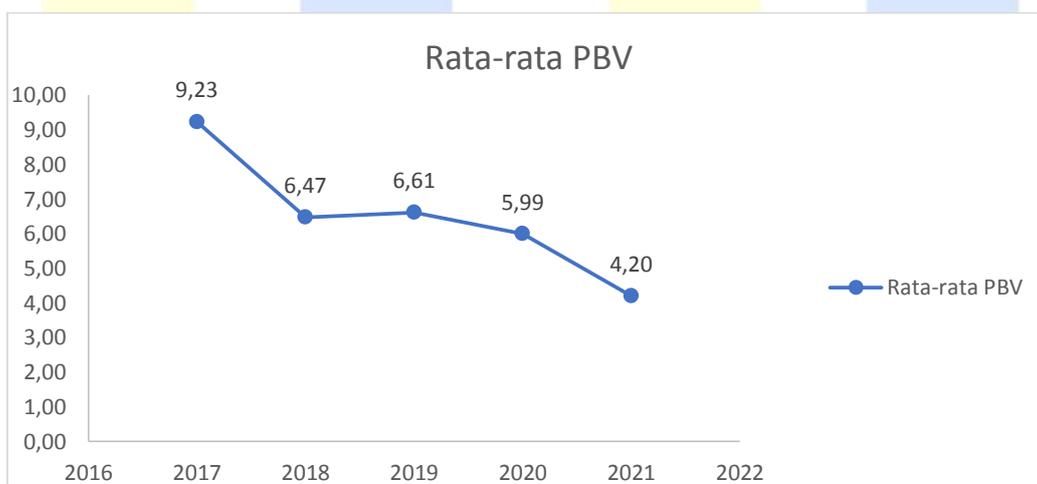
kepentingan manajemen dan pemilik modal, diharapkan perusahaan juga mementingkan kepentingan karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis dan legal pada pemegang saham, tetapi juga perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan untuk memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Tidak hanya perusahaan yang dihadapkan pada tanggungjawab untuk memperoleh keuntungan semata, namun juga harus memperhatikan tanggung jawab kepada pemilik saham, maka dari itu dalam memperhatikan tanggung jawab perusahaan harus mempertahankan nilai perusahaan (Hidayat, 2019).

Sitorus *et al* (2020) Dalam industri yang sedang berkembang nilai perusahaan perlu diprioritaskan agar investor asing semakin tertarik untuk berinvestasi pada saham perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Nilai perusahaan merupakan nilai bagi pemegang saham yang meningkatkan sehingga nilai perusahaan terlihat dari harga sahamnya. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang memprediksi keyakinan suatu perusahaan terhadap kepercayaan masyarakat yang sudah pernah dicapai perusahaan tersebut. Sektor manufaktur yaitu salah satu perusahaan di Indonesia yang dapat memberikan pengaruh tentang perekonomian negara. Industri ini juga tumbuh di tengah terpuruknya perekonomian nasional dan perekonomian global. Dengan kebijakan nilai tambah yang berbasis daya saing, sektor industri juga mempunyai kemungkinan untuk maju dan tumbuh secara berkelanjutan. Salah satunya adalah perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang merupakan salah satu perusahaan memiliki kinerja yang cukup baik dalam memproduksi produk yang menepati

kebutuhan konsumen sehari-hari. Dalam menghasilkan produk yang dapat menggugah keinginan konsumen, maka perusahaan *consumer non cyclicals* wajib mempunyai kreativitas dan inovasi tinggi terus menghasilkan produk tersebut, sehingga bisa menggugah keinginan para konsumen di pasar dan bisa bersaing dalam bisnis (Hallauw & Widyawati, 2021).

Pioh *et al* (2018) Nilai perusahaan adalah salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan oleh investor ketika mengambil keputusan investasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan para pemilik perusahaan, karena nilai yang tinggi menunjukkan bahwa kekayaan pemegang sahamnya juga tinggi. Hal inilah yang diinginkan investor ketika menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan. Fenomena penelitian ini adalah perusahaan *consumer non cyclicals* dari tahun 2017-2021 mengalami kenaikan dan penurunan atau nilai perusahaan yang diperoleh cenderung fluktuasi

Gambar 1.1 Rata-Rata Nilai Perusahaan *Consumer Non Cyclicals* Tahun 2017-2021



Sumber : diolah dari idx.co.id dan dikembangkan oleh peneliti (2024)

Berdasarkan grafik 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata Nilai Perusahaan *Consumer Non Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Berdasarkan grafik tersebut, rata-rata nilai perusahaan cenderung fluktuasi selama periode penelitian dengan nilai 9,23 pada tahun 2017, 6,47 pada tahun 2018, 6,62 tahun 2019, tahun 2020 5,99 dan pada tahun 2021 dengan nilai 4,20.

PBV tiap tahun perusahaan *consumer non cyclical*s tersebut berfluktuasi. Namun ada tujuh perusahaan yang memiliki nilai PBV mengalami penurunan lima tahun berturut-turut. Perusahaan tersebut adalah Bisi International Tbk (BISI), Gudang Garam Tbk (GGRM), H.M Sampoerna Tbk (HMSP), Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP), PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP), Tunas Baru Lampung (TBLA), Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF). Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sektor *consumer non cyclical*s tersebut tidak seluruhnya mengalami peningkatan. Sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penurunan PBV tersebut. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap PBV antara lain *intellectual capital*, *earning per share*, *leverage* dan *return on equity*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana pengaruh yang diakibatkan oleh variabel *intellectual capital*, *earning per share*, *leverage* dan *return on equity* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini akan menunjukkan apakah terjadi perbedaan hasil penelitian sekarang dan hasil penelitian terdahulu. Hal ini yang menjadi acuan pentingnya penelitian sehingga perlu dikaji atau dilakukan penelitian lebih lanjut dengan objek penelitian yaitu sektor *consumer non cyclical*s yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan yaitu *intellectual capital*, *intellectual capital* merupakan pengetahuan yang sudah menciptakan nilai tambah yang diperlukan bagi perusahaan dan pasar. *Intellectual capital* mampu menjadi sumber keunggulan yang kompetitif bagi suatu perusahaan. Pengelolaan *intellectual capital* yang efektif diperkirakan akan membantu perusahaan mencapai kesuksesan bisnis yaitu menciptakan kesejahteraan bagi kelompok keinginan yang tercermin pada nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan lagi menunjukkan hasil yang tidak konsisten akhirnya menarik untuk meneliti mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan (Chandra & Djajadikerta, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Studi *et al.*, (2021) menyebutkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. suatu perusahaan memiliki *Intellectual capital* yang baik maka hal tersebut akan berdampak baik terhadap perusahaan dikarenakan akan meningkatkan daya saing terhadap perusahaan lain dan juga akan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut, dan juga dapat menarik investor ke perusahaan yang memiliki *Intellectual capital* yang baik. akan tetapi hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Marwa, dkk 2017) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *earning per share*, yang artinya mengukur salah satu pasar untuk tahu seberapa besar penghasilan dari setiap saham yang sudah beredar dan juga rasio laba pada harga perlembar saham disebut dengan *price earning ratio*. Dengan adanya tingkat laba bersih perseroan akan sebagai salah satu indikator penentu untuk investor dalam menarik keputusan investasi.

Pada tingkat laba bersih perusahaan, pemegang saham akan lebih terdorong memberikan saham/modal ke perseroan yang bisa mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan (Sitorus *et al.*, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan (Pioh *et al.*, 2018) menyatakan bahwa *earning per share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Wahyu & Mahfud, 2018) menyatakan bahwa *earning per share* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage* dimana mengacu pada kemampuan perusahaan berarti membayar hutangnya. Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan *debt to equity ratio*. Hutang dapat menjadi sinyal positif bagi investor karena hal ini perusahaan mempunyai kemampuan yang lebih besar dalam mengelola sumber daya, karena itu investor lebih percaya perusahaan tersebut. Kepercayaan investor dapat meningkatkan permintaan terhadap saham suatu perusahaan. *Leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* berkenaan dengan menggunakan dana perusahaan untuk tujuan pembayaran biaya tetap, dengan bertujuan meningkatkan hasil pengembalian saham. Naiknya nilai *leverage* bisa mempertinggi resiko arus laba, investor memiliki pilihan antara hasil pengembalian yang diinginkan dan resiko investasi (M. Putri & Noor, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, akan tetapi hasil penelitian tersebut tidak sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh (Taniman *et al.*, 2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *return on equity*. Dimana peningkatan pendapatan bersih perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas yang diukur dengan variabel *Return On Equity*. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya profitabilitas ini maka harga saham perusahaan meningkat sehingga meningkatkan PBV juga. Teori sinyal menjelaskan hasil penelitian, dimana investor akan meningkatkan permintaan saham apabila profitabilitas perusahaan meningkat, dan di sisi lain juga meningkatkan nilai perusahaan. Investor akan tertarik dengan nilai ROE yang tinggi karena ROE adalah rasio yang langsung menghitung pengembalian terhadap ekuitas yang ditanamkan oleh investor. ROE yang meningkat tentu meningkatkan permintaan terhadap saham dari perusahaan terkait, sehingga nilai dari perusahaan pun ikut terdongkrak (Dahar *et al.*, 2019).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lestari *et al.*, 2023) menyatakan bahwa *Return On Equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat, 2019) menyatakan bahwa *Return On Equity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang telah diuraikan diatas, sehingga peneliti mempunyai insentif untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini dimodifikasi oleh penelitian (Akbar Adinegoro *et al.*, 2022). Terdapat dua perbedaan dibandingkan seiring dengan

penelitian yang dilakukan oleh (Sihombing et al., 2020). Perbedaan yang pertama dalam penelitian ini adalah penambahan satu variabel yaitu *Return on equity*.

Perbedaan kedua pada penelitian ini, yaitu obyek penelitian. Obyek penelitian (Sihombing et al., 2020) pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI), sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini meneliti perusahaan sektor *consumer non cyclicals* karena sebagian besar di sektor *consumer non cyclicals* mengalami kenaikan dan penurunan rata-rata nilai perusahaan. Perbedaan pada penelitian ini yaitu tahun pengamatan. Tahun pengamatan penelitian yang dilakukan (Sihombing et al., 2020) yaitu 6 tahun dari tahun 2013-2018, sedangkan penelitian ini akan meneliti selama 5 tahun dari tahun 2017-2021.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti mengambil judul dalam penelitian ini yaitu “ **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL, EARNING PER SHARE, LEVERAGE DAN RETURN ON EQUITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON CYCLICALS* 2017-2021**”.

1.2. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini diantaranya *intellectual capital, earning per share, leverage* dan *return on equity*.

2. Data yang digunakan dalam penelitian ini data yang dipublikasikan secara resmi oleh Bursa Efek Indonesia, data didownload melalui website www.idx.com.
3. Data yang digunakan yaitu laporan keuangan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* dari tahun 2017-2021 selama 5 tahun.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena pada latar belakang dan Uraian diatas, maka dapat diketahui perumusan Masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021?
2. Apakah *Earning per share* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021?
4. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2021?
5. Apakah *Intellectual Capital*, *Earning per share*, *Leverage* dan *Return On Equity* berpengaruh secara bersamaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021?

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini diantaranya :

1. Untuk menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.
2. Untuk menguji pengaruh *Earning per share* terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.
3. Untuk menguji pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Return On Equity* terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.
5. Untuk menguji pengaruh *Intellectual Capital*, *Earning per share*, *Leverage* dan *Return On Equity* Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021.

1.5. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan berguna bagi pihak yang membutuhkan. Kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini untuk kedepanya bisa digunakan sebagai referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

2. Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan investor dalam hal informasi yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi pada saham di perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan yang dapat dipercaya bagi peneliti selanjutnya dimasa mendatang yang akan meneliti dengan topik yang sama.