

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perusahaan pada dasarnya mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan untuk kemakmuran para pemegang saham dan pemilik perusahaan. Selain itu perusahaan juga mempunyai tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Didin (2020) dengan melihat nilai perusahaan, investor dapat mengetahui kinerja perusahaan serta peluang perusahaan dimasa mendatang. Tingginya nilai perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga para pemegang saham tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya (Puspaningrum, 2017). Kinerja perusahaan akan lebih baik apabila meningkatnya nilai perusahaan sehingga menarik para calon investor. Para calon investor dalam menanamkan modal di suatu perusahaan menginginkan laba atas penanaman modalnya di perusahaan tersebut. Menurut Andi (2019) nilai perusahaan yang tinggi dapat menguntungkan bagi perusahaan dan para pemegang saham, karena perusahaan dan para pemegang saham menginginkan kemakmuran secara maksimal dalam jangka panjang. Setiap perusahaan selalu berusaha keras untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, salah satunya dalam bidang industri barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berusaha memaksimalkan perolehan keuntungan tiap tahunnya.

Nilai perusahaan dipandang sebagai cerminan dari suatu pencapaian yang telah didapat oleh perusahaan yaitu dalam keberhasilan menjalankan kegiatan

operasional di dalam perusahaan. Harga saham merupakan parameter yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Harga saham bersifat fluktuatif yang dapat mengalami kenaikan dan penurunan yang disebabkan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Harga saham memiliki korelasi yang positif terhadap nilai perusahaan, dimana tingginya harga saham akan membuat nilai suatu perusahaan juga tinggi. Keuntungan investor diperoleh dari tingginya harga saham pada perusahaan. Permintaan saham yang terus meningkat sangat diminati oleh investor yang akan berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang tentunya akan juga meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja saja akan tetapi pada peluang perusahaan di masa mendatang. Jika tingkat perolehan harga saham mengalami kenaikan maka kondisi keuangan dan nilai perusahaan juga mengalami kenaikan. Namun pada faktanya dalam rata-rata nilai perusahaan suatu perusahaan akan mengalami fluktuasi dalam menghasilkan keuntungan.

Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yaitu perbandingan harga saham dengan nilai buku. Rasio PBV dapat memberikan gambaran suatu perusahaan dalam menghasilkan nilai dari modal yang diinvestasikan dan dapat memperkirakan harga saham pada saat ini apakah layak untuk dibeli. Menurut Mc.Clure (2021) terdapat 3 kemungkinan nilai PBV, yang pertama nilai PBV dibawah 1 menunjukkan bahwa harga saham sedang dalam kondisi *undervalued* sehingga merupakan waktu yang layak untuk dibeli dikarenakan harganya yang murah. Nilai PBV sama dengan 1 menunjukkan bahwa harga saham sama dengan nilai buku, yang artinya harga saham perusahaan tersebut

sangatlah wajar. Terakhir nilai PBV diatas 1 menunjukkan bahwa saham tersebut sedang berada dalam kondisi *overvalued* yang tidak layak untuk dibeli dikarenakan harganya yang mahal. Saham *undervalued* adalah saham yang harganya berada dibawah harga intrinsik atau wajar dan saham *overvalued* adalah saham yang harganya berada diatas harga intrinsik atau wajar. Nilai PBV perusahaan sektor barang konsumen primer dapat diamati dalam tabel dibawah:

**Tabel 1.1**

**Data Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Periode 2017-2021**

<b>Tahun</b>	<b>&gt;1 (<i>Overvalued</i>)</b>	<b>&lt;1 (<i>Undervalued</i>)</b>
2017	44	21
2018	47	23
2019	55	23
2020	57	28
2021	64	31

Sumber: Data yang diolah peneliti (2023)

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa sebagian besar nilai PBV pada sektor barang konsumen primer pada tahun 2017-2021 memiliki nilai dibawah 1. Nilai PBV dibawah 1 disebut dengan istilah *undervalued* yang artinya saham tidak dianjurkan dibeli karena nilai perusahaan rendah meskipun harga beli sahamnya murah. Dalam rentan tahun tersebut perusahaan yang memiliki nilai PBV dibawah 1 terbanyak terjadi pada tahun 2021 yang artinya harga saham rendah dapat menyebabkan turunnya nilai perusahaan. Menurut Arnindita dan Puryandani (2022) menjelaskan bahwa harga saham yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Naiknya nilai perusahaan dapat memberikan tingkat kepercayaan investor yang tinggi dan memberikan informasi peluang perusahaan lebih baik dimasa mendatang. Wicaksono & Mispianiti (2020) menjelaskan bahwa

perusahaan yang memiliki harga saham *overvalued* memiliki kecenderungan harga saham yang mahal. Dalam penelitian ini menguji beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, dan *firm size*.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua modal bekerja (Ramadhani & Fitra, 2019). Kinerja perusahaan yang baik adalah yang mempunyai nilai tinggi, tingginya nilai perusahaan bisa dilihat dari profitabilitasnya. Berdasarkan hasil penelitian Hauteas & Muslichah (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui struktur modal. Hal ini sejalan dengan penelitian Musabbihin & Purnawati (2018) menjelaskan bahwa perusahaan dalam menggunakan utang untuk mendanai suatu proyek tertentu, berarti perusahaan sudah yakin bahwa proyek tersebut memberikan tingkat pengembalian baik dan cukup untuk membayar utang perusahaan sehingga pendanaan melalui struktur modal dapat mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan yang terkait. Purnomo & Erawati (2019) menemukan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik berarti perusahaan dapat mengoptimalkan struktur modal dalam pendanaan perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan dalam jangka waktu yang pendek (Hanafi, 2017). Perusahaan jika mempunyai likuiditas yang rendah itu sangat dipertanyakan kelangsungan usahanya, sebab likuiditas rendah

pemenuhan kewajibannya juga rendah. Rendahnya likuiditas menyebabkan turunnya nilai perusahaan dan investor tidak jadi menanamkan modal pada perusahaan tersebut, sebaliknya jika nilai perusahaan naik investor akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian Aslindar & Lestari (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui struktur modal. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sari & Sedana (2020) perusahaan mempunyai likuiditas yang baik dapat memperoleh tambahan dana untuk mempertahankan struktur modal dengan mudah. Semakin tinggi likuiditasnya, perusahaan dapat mengelola dana dari kreditur dengan baik untuk memaksimalkan kegiatan operasi perusahaan agar mendapatkan laba yang tinggi, dengan kinerja perusahaan yang baik maka investor akan percaya dan dapat mendorong pihak eksternal lain untuk turut berinvestasi sehingga permintaan saham meningkat.

Variabel mediasi dalam penelitian ini menggunakan struktur modal. Tujuan dari variabel mediasi adalah untuk menjelaskan hubungan antar variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, dan *firm size* dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan, variabel profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, dan *firm size* berpengaruh tidak langsung terhadap variabel nilai perusahaan melalui variabel struktur modal. Struktur modal merupakan perbandingan skala keuangan perusahaan antara modal asing (utang) dengan modal sendiri (Fahmi, 2017). Perusahaan dalam bentuk dan bidang yang berbeda selalu berusaha memenuhi kebutuhan modal dengan sumber yang ada, hal tersebut memunculkannya struktur modal. Pada dasarnya struktur modal merupakan bauran atau proporsi pendanaan permanen jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan

oleh utang, ekuitas saham preferen, dan saham biasa (Van Horne, 1995). Penerapan struktur modal yang baik akan berdampak pada perusahaan dan secara tidak langsung posisi keuangan perusahaan akan meningkat dan nilai perusahaan juga meningkat. Hasil penelitian Hauteas & Muslichah (2019) menyatakan bahwa struktur modal mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian Aslindar & Lestari (2020) menyatakan bahwa struktur modal memiliki peran untuk memediasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Penjelasan dari hasil penelitian sebelumnya menyatakan hasil yang beragam, maka dari itu diperlukan adanya penelitian yang lebih lanjut. Penelitian ini adalah bentuk pengembangan atas penelitian yang telah dilakukan oleh Arnindita & Puryandani (2022) tentang efek mediasi struktur modal pada profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Adapun perbedaan pertama penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan, dalam penelitian yang dilakukan oleh Arnindita & Puryandani (2022) terdiri dari dua variabel independen yaitu profitabilitas dan likuiditas, sedangkan dalam penelitian ini menambah dua variabel independen yaitu kebijakan dividen dan *firm size*. Alasan ditambahkan variabel kebijakan dividen dikarenakan kebijakan dividen merupakan suatu keputusan yang ditetapkan pada akhir tahun mengenai pembagian laba yang akan diberikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau ditahan untuk investasi yang akan datang (Sartono, 2010). Kebijakan dividen memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, dividen yang besar meningkatkan minat investasi dari para investor sehingga permintaan mengalami kenaikan yang dapat meningkatkan harga dari saham perusahaan. Alasan ditambahkan variabel

*firm size* dikarenakan *firm size* merupakan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan (Zuhroh, 2019). *Firm size* menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang terlihat dari ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas. Pada umumnya perusahaan besar yang memiliki aset besar dapat menghasilkan laba yang besar juga, sehingga nilai perusahaan mengalami peningkatan.

Perbedaan kedua terletak pada objek perusahaan, dimana objek yang diteliti sebelumnya adalah objek perusahaan sub sektor konstruksi dan bangunan di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini mengambil objek perusahaan sektor barang konsumen primer dimana telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan pertimbangan bahwa sektor barang konsumen primer merupakan perusahaan yang menjalankan produksi barang atau jasa yang bersifat primer, yang dimana permintaan barangnya tidak terpengaruh dari pertumbuhan ekonomi. Perusahaan sektor barang konsumen primer berperan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yang rutin dipakai dalam masyarakat (Dwicahyani, dkk, 2022). Perbedaan terakhir pada periode yang digunakan, dalam penelitian yang dilakukan oleh Arnindita & Puryandani (2022) terdiri atas empat periode terhitung mulai dari tahun 2017-2020, sedangkan dalam penelitian ini menambah satu periode dari tahun 2017-2021.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini akan mengambil judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, KEBIJAKAN DIVIDEN DAN *FIRM SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN**

## **PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021”.**

### **1.2. Ruang Lingkup**

Dengan mempertimbangkan pemaparan permasalahan dan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini dapat didasarkan oleh beberapa ruang lingkup sebagai berikut:

- a. Objek yang dilakukan dalam penelitian ini pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Periode penelitian ini selama lima tahun terhitung mulai dari tahun 2017-2021.
- c. Menggunakan data sekunder yang bersumber dari *annual report* perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- d. Penelitian ini menggunakan variabel Profitabilitas ( $X_1$ ), Likuiditas ( $X_2$ ), Kebijakan Dividen ( $X_3$ ) dan *Firm Size* ( $X_4$ ) sebagai variabel independen, Nilai Perusahaan ( $Y$ ) sebagai variabel dependen dan Struktur Modal ( $Z$ ) sebagai variabel mediasi.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Nilai perusahaan merupakan suatu tolak ukur yang dilihat oleh investor menggunakan harga saham untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Harga saham merupakan harga yang dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan di Bursa Efek Indonesia yang didalamnya terkandung kepemilikan modal berdasarkan penilaian pasar (Ayu & Edi

Handoyono, 2009). Harga saham memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan, dimana tingginya harga saham membuat tingginya nilai perusahaan, sehingga keuntungan yang diperoleh oleh investor juga tinggi.

Berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa nilai perusahaan dalam sektor barang konsumen primer pada tahun 2017-2021 memiliki nilai dibawah 1. Hal tersebut terlampir pada tabel 1.1 yang mana menjelaskan nilai PBV dibawah 1 disebut dengan istilah *undervalued* yang artinya saham tidak dianjurkan dibeli karena nilai perusahaan rendah meskipun harga beli sahamnya murah. Dalam rentan tahun tersebut perusahaan yang memiliki nilai PBV dibawah 1 terbanyak terjadi pada tahun 2021 yang artinya harga saham rendah dapat menyebabkan turunnya nilai perusahaan. Rumusan penelitian ini didasarkan dari beberapa faktor yaitu profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, dan *firm size*, kemudian faktor tersebut akan dimediasi oleh struktur modal.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Bersumber pada latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini memiliki tujuan yakni dapat menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dalam perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Faktor-faktor tersebut yakni profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, dan *firm size* yang nantinya akan dimediasi oleh struktur modal dengan dikaitkan pada teori sinyal. Penggunaan teori sinyal bertujuan untuk memberikan sinyal maupun bukti-bukti dari manajer perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai keadaan dan perkembangan perusahaan. Isyarat dikirimkan guna memberi informasi untuk

memberikan rasa keyakinan bahwa perusahaan sedang tidak mengalami permasalahan dan telah menghasilkan kemajuan yang baik serta mampu memperoleh keuntungan setiap tahun bagi perusahaan sehingga pemilik modal tidak merasa cemas akan mengalami kerugian dalam kelangsungan dimasa mendatang, informasi yang telah diberikan diharapkan mampu memberikan gambaran baik mengenai perusahaan, sehingga dapat menarik investor untuk melakukan investasi.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat terhadap:

#### **a. Peneliti selanjutnya**

Penelitian ini dapat memperluas pendapat serta pengetahuan tentang nilai perusahaan atas perusahaan barang konsumen primer dan dapat menjadi referensi tambahan untuk penyusunan penelitian selanjutnya.

#### **b. Bagi perusahaan**

penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada investor maupun calon investor dalam menentukan keputusan investasi dan pengaruhnya terhadap faktor-faktor yang dapat menjadi pertimbangan dalam melihat nilai perusahaan.