

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perusahaan diharuskan untuk terus berkembang dan berinovasi demi menggapai tujuannya. Untuk melakukan hal tersebut, perusahaan tentu memerlukan modal yang tidak sedikit. Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan dalam mencari tambahan modal, salah satunya membuat perusahaan tersebut menjadi perusahaan *go public*. Dengan menjadi *go public*, perusahaan dapat mendapatkan akses ke pasar modal, yang merupakan sebuah sarana bagi penjual perusahaan dan pembeli untuk bertransaksi dalam rangka memperoleh modal. Penjual dalam pasar modal yaitu perusahaan yang memerlukan modal dengan cara menjual instrumen pasar modal seperti saham. Sedangkan pembeli dalam pasar modal disebut investor, pihak yang ingin berinvestasi pada perusahaan untuk memperoleh keuntungan (Hery, 2020 : 118).

Menurut data Statistik Pasar Modal Indonesia, jumlah investor pasar modal per Oktober 2023 adalah sebanyak 11.88 juta investor (KSEI, 2023). Dengan banyaknya investor yang ada, perusahaan *go public* akan lebih mudah untuk mencari modal untuk mengembangkan usahanya. Namun, terdapat tantangan bagi perusahaan yaitu banyaknya perusahaan yang ada pada pasar modal. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), hingga Oktober 2023 terdapat 897 perusahaan *go public* yang terklasifikasi kedalam 12 sektor (IDX, 2023). Sektor-sektor tersebut diantaranya: *Energy, Basic Materials, Industrials, Consumer Non-Cyclicals, Consumer Cyclicals, Healthcare, Financials, Property and Real Estate,*

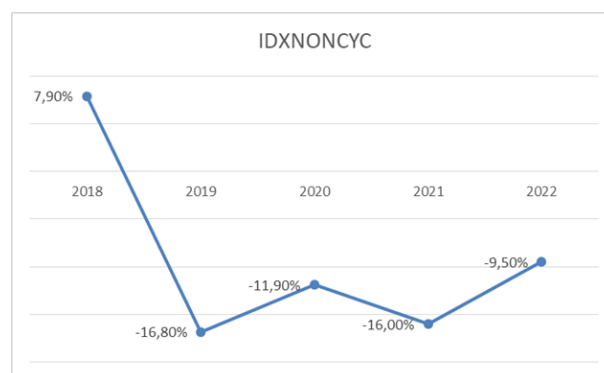
*Technology, Infrasturcutre, Transportation & Logistics*, dan *Listed Invesment Product*. Hal tersebut membuat perusahaan semakin sulit untuk mencari modal karena terdapat persaingan yang ketat dalam menggaet investor. Agar perusahaan mampu bersaing, perusahaan harus memiliki kinerja yang baik karena investor mengharapkan pengembalian dari investasi yang dilakukan.

Salah satu cara untuk mengetahui kinerja suatu perusahaan baik atau buruk, dapat dilihat dari nilai perusahaannya. Nilai perusahaan adalah cerminan dari kinerja perusahaan yang mempengaruhi persepsi investor mengenai perusahaan tersebut (Karuni dan Suci, 2022 : 52). Jika Kinerja Perusahaan baik maka hal tersebut akan tergambar melalui harga sahamnya yang meningkat sehingga berdampak di peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik akan menjadi magnet tersendiri bagi kreditor, investor, serta para pemangku kepentingan ketika berinvestasi. Jika sebuah perusahaan ingin mendapat respon yang baik dari investor, maka perusahaan tersebut harus mampu menaikkan nilai perusahaan mereka (Aisyah dan Sartika, 2022 : 98). Sehingga, perusahaan *go public* cenderung akan berusaha meningkatkan nilai perusahaan untuk memikat investor.

Pada tahun 2020, muncul wabah *COVID-19* yang mengakibatkan angka kematian yang tinggi sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan protokol kesehatan yang ketat untuk mencegah penularan wabah. Selain itu, untuk memperlambat percepatan penyebaran wabah *COVID-19*, banyak negara termasuk Indonesia melakukan pembatasan seluruh aktivitas bagi warganya seperti pembatasan kegiatan diluar rumah dan pembatasan jam operasional. Hal tersebut cukup berdampak bagi perusahaan karena mempengaruhi kegiatan bisnis yang

tidak bisa beroperasi secara optimal sehingga mengakibatkan penurunan kinerja perusahaan.

Di akhir tahun 2019, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia berada di posisi 6.299,54 melemah hingga di posisi 3.911,72 pada Maret 2020. Posisi tersebut merupakan level terendah yang pernah disentuh oleh IHSG. Menurut Ketua Dewan Komisiner OJK Wimboh Santoso hal tersebut dikarenakan dampak dari kebijakan pemerintah dalam pemutusan rantai penyebaran wabah virus COVID-19 di Indonesia (Ulfah, 2020). Hal ini menandakan bahwa rata-rata harga saham yang ada di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pun tidak luput dari fenomena ini. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* adalah perusahaan yang memproduksi barang-barang pokok masyarakat. Terdapat beberapa sub sektor dalam sektor ini seperti *food and beverage, food and staples retailing, tobacco, dan non-durable household products* sehingga perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals* memiliki jangkauan pasar yang luas karena sifatnya yang merupakan kebutuhan pokok.

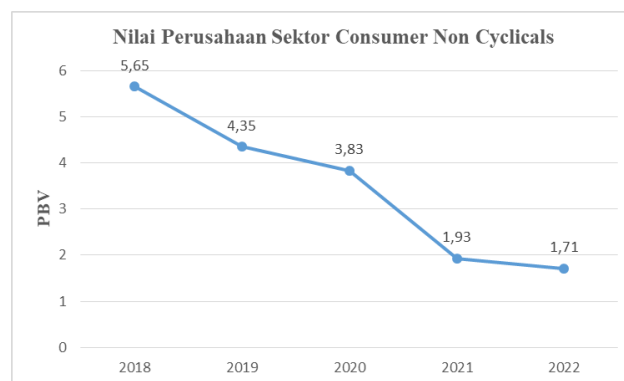


Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

**Gambar 1.1**

Pergerakan Indeks Saham Sektor *Consumer non-cyclicals* Tahun 2018-2022

Berdasarkan data yang disajikan pada Gambar 1.1, mayoritas kinerja saham perusahaan sektor ini terkoreksi cukup dalam dari tahun 2019-2022. mayoritas kinerja saham perusahaan *consumer non-cyclicals* mengalami koreksi negatif 4 tahun berturut-turut. Pada awal tahun 2019, mayoritas kinerja saham perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* terkoreksi negatif sebesar 9%, tetapi, pada akhir tahun 2019 mulai menunjukkan adanya tren peningkatan mayoritas kinerja saham sebesar 5,1%. Kemudian pada tahun 2020, tren peningkatan kinerja saham yang sebelumnya sudah terjadi di akhir 2019 harus kembali memburuk hingga mengalami penurunan sebesar 6% karena adanya wabah *COVID-19*. Hingga tahun 2022, mayoritas kinerja saham sektor ini masih belum bisa menunjukkan kinerja saham yang positif dilihat dari kinerja saham di sektor ini masih di angka negatif yaitu sebesar -9,5%. Hal ini kemudian menimbulkan efek terhadap nilai perusahaan yang melemah pada tahun yang sama.



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

**Gambar 1.2**

Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Tahun 2018-2022

Berdasarkan Gambar 1.2, rata-rata nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada tahun 2018 sebesar 5,65 mengalami penurunan menjadi 4,35. Tren

penurunan nilai perusahaan tetap berlanjut pada tahun selanjutnya dan puncak penurunan nilai perusahaan terjadi pada tahun 2020-2021 yaitu sebesar 1,9 membuat rata-rata nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* berada di angka 1,93. Hanya dalam waktu 4 tahun rata-rata nilai perusahaan yang awalnya mencapai 5,65 pada tahun 2018 menjadi 1,71 pada tahun 2022. Penurunan nilai perusahaan yang terjadi dari tahun 2018-2022 membuat kurangnya minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan di sektor tersebut karena investor menganggap bahwa kinerja perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan. Padahal, sektor *consumer non-cyclicals* memiliki prospek yang baik karena produk yang dihasilkan di sektor ini selalu digunakan meski sedang dalam krisis global. Sehingga, permintaan terhadap produk yang dihasilkan sektor ini tidak terpengaruh oleh musim maupun kondisi ekonomi (Amira dan Siswanto 2022 : 202). Selain itu, pada saat pandemi *COVID-19* di Indonesia sedang buruk pemerintah mengeluarkan Instruksi Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 2021 tentang pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat darurat *COVID-19* di wilayah Jawa dan Bali dimana terdapat sektor-sektor yang dikecualikan dalam pemberlakuan pembatasan pelaksanaan kegiatan dengan syarat menerapkan protokol kesehatan secara ketat, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di sektor *consumer non-cyclicals* yang dapat menjalankan aktivitasnya 100% bekerja secara *Work From Office* (WFO). Dengan demikian, seharusnya kinerja perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* memiliki kinerja yang baik.

Terjadinya fluktuasi atau naik turunnya nilai perusahaan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi, menurut Lusiana dan Agustina (2017 : 82)

kepemilikan manajerial, *financial leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan kesempatan investasi dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, Wati et al. (2022 : 256) menjelaskan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan (aset), kebijakan dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dari beberapa faktor yang telah disebutkan, dalam penelitian ini penulis hanya memilih tiga faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya yaitu: profitabilitas, *financial leverage* dan pertumbuhan aset.

Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam suatu periode tertentu dan menjadi alat ukur efektivitas operasional perusahaan (Muharramah & Hakim, 2021 : 570). Salah satu kriteria sebuah perusahaan bisa dikatakan baik yaitu ketika memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, karena mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang tinggi bagi investor. Menurut Maulina dan Iqramuddin (2019 : 62) Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka akan melahirkan sentimen positif yang sangat kuat kepada para investor, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Husna & Satria (2019) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu Tri Purwani dan Okta Oktavia (2018) dan L.W. Karuni dan N.M. Suci (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian Dini Dwicahyani, Paulina Van Rate dan Arrazi Bin Hasan Jan (2022), I Gusti Ngurah Agung Dharmaputra, Ni Wayan Rustiarini dan Ni Putu

Shinta Dewi (2022) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

*Financial leverage* adalah penggunaan hutang dalam struktur modal perusahaan. Di bidang keuangan, struktur modal mengacu pada cara perusahaan membiayai asetnya melalui kombinasi ekuitas, hutang, atau sekuritas campuran (Adenugba et al., 2016 : 15). *Financial leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan karena beban tetap merupakan pengurang pajak yang kemudian akan meningkatkan laba bersih perusahaan dan meningkatkan *return* bagi pemilik perusahaan. Tetapi, perusahaan yang terlalu menggantungkan pendanaannya dengan utang akan membahayakan perusahaan karena tingkat utang akan menjadi tinggi dan sulit untuk melunasi utang tersebut sehingga perusahaan tidak bisa membayarkan utang dan terancam terlikuidasi. Oleh karena itu, semakin tinggi *financial leverage* perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat dan risiko yang dihadapi investor juga semakin meningkat (Wahab, 2019 : 167).

Dalam penelitian yang dilakukan Kevin & Panjaitan (2018) *financial leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Wahab (2019), Muhammad Azhar Farooq dan Ahsan Masood (2016) menyatakan bahwa *financial leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian Zaher Abdel Fattah Al-Slehat (2020), Umar Abbas Ibrahim dan AbdulQudus Isiaka (2020) menyatakan bahwa *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan aset. Pertumbuhan aset adalah jumlah dari selisih total aset periode saat ini dengan periode sebelumnya yang dibandingkan dengan total aset periode sebelumnya. Jika aset yang dimiliki semakin besar, hasil dari operasional perusahaan diharapkan semakin besar juga (Triyani et al., 2018 : 112). Pertumbuhan aset sangat diharapkan dari berbagai pihak, karena dengan adanya pertumbuhan dapat memberikan tanda bahwa terdapat perkembangan pada perusahaan tersebut. hal ini menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan meningkat yang tercermin dari harga saham perusahaan tersebut (Dewi & Sudhiarta, 2017 : 2231).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suastini et al. (2016) pertumbuhan aset berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Perwira dan Wiksuana (2018), Mohamad Isra Makmur, Lanto Miriatin Amali dan Dewi Indrayani Hamin (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan aset berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian I Nyoman Agus Suwardika dan I Ketut Mustanda (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan aset berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan fenomena diatas dan inkonsistensi hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan judul yang penulis tetapkan yaitu **“Pengaruh Profitabilitas, Financial Leverage dan Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan (Survei**



**pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)”.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana profitabilitas, *financial leverage*, pertumbuhan aset dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2018-2022.
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan pertumbuhan aset secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2018-2022.
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan pertumbuhan aset secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2018-2022.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi oleh penulis, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui profitabilitas, *financial leverage*, pertumbuhan aset dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan pertumbuhan aset secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2018-2022.

3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan pertumbuhan aset secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2018-2022.

#### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu**

Dalam hal pengembangan ilmu penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta membandingkan antara teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya terjadi. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat melengkapi teori yang telah ada dalam meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai referensi bagi para peneliti selanjutnya.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Penulis, dapat memperdalam pemahaman khususnya yang menjadi fokus penelitian, sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang berharga mengenai pentingnya meningkatkan nilai perusahaan dan cara meningkatkan nilai perusahaan.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian berikutnya yang dapat menarik perhatian untuk meneliti dibidang kajian yang sama di waktu yang akan datang.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Dalam Penelitian ini, penulis memilih perusahaan sektor *consumer non cynical* di Bursa Efek Indonesia untuk Periode 2018-2022. Data tersebut diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan situs resmi perusahaan terkait

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dari bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan April 2024. Dengan rincian kegiatan pada lampiran 1.