

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komponen penting yang terdapat pada bidang keuangan salah satunya adalah masalah analisis rasio keuangan. Pesatnya perkembangan yang terjadi telah mendorong dilakukannya studi-studi yang menghubungkan rasio keuangan, dengan harapan akan dapat ditemukan berbagai kegunaan objektif rasio keuangan (Nugroho, 2014). Beberapa yang telah dilakukan di antaranya adalah yang menguji kegunaan rasio keuangan untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan, memprediksi keuntungan saham, dan memprediksi perubahan laba, akan tetapi, berbagai temuan dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebenarnya masih jauh dari memadai jika yang diinginkan adalah sebuah konstruksi formal teori analisis rasio keuangan (Harahap, 2007). Rasio keuangan berguna untuk mengetahui peluang dan risiko perusahaan di waktu yang akan datang.

Gumanti (2007) menyatakan bahwa analisis rasio keuangan dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik keuangan seperti tingkat kelancaran dalam jangka pendek (*liquidity*), kemampuan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya (*solvability*), tingkat keuntungan (*profitability*) dan tingkat keaktifan perusahaan (*activity*). Hal yang perlu diingat adalah setiap jenis usaha atau industri mempunyai penekanan atau karakteristik berbeda dalam pengevaluasian prestasi usahanya.

Industri *Consumer Goods* merupakan salah satu bidang industri yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Hal tersebut dikarenakan industri *Consumer Goods* merupakan industri yang sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok dan untuk menjamin keberlangsungan hidup seluruh masyarakat di belahan dunia manapun. Menurut Lim dan Juwita (2015) menjelaskan bahwa barang dari perusahaan *Consumer Goods* diproduksi dalam jumlah dan skala yang banyak dan besar karena sifatnya yang sangat cepat digunakan oleh masyarakat. Tentu saja dampak positifnya, perusahaan-perusahaan di sektor ini banyak mendapat perhatian dari para investor.

Tabel 1.1
Rata – Rata Pertumbuhan Pendapatan di Sektor
***Consumer Goods* Tahun 2013 - 2016**

Sub-Sektor	Pertumbuhan Pendapatan (%)			
	2013	2014	2015	2016
Food and Beverage	4,056,735	5,139,974	6,010,895	4,978,804
<i>Growth (%)</i>	47.65%	26.70%	16.94%	-17.17%
Tobacco Manufacturers	55,436,954	65,185,850	70,365,573	56,211,870
<i>Growth (%)</i>	13.07%	17.59%	7.95%	-20.11%
Houseware	99,030	102,971	91,735	72,911
<i>Growth (%)</i>	4.48%	3.98%	-10.91%	-20.51%
Cosmetics and Household	30,757,435	34,511,534	36,484,030	40,053,732
<i>Growth (%)</i>	12.65%	12.21%	5.72%	9.78%
Pharmaceuticals	1,337,498	1,381,437	1,621,899	868,627
<i>Growth (%)</i>	15.70%	3.29%	17.41%	-46.44%

Sumber : *idx.co.id* (data diolah)

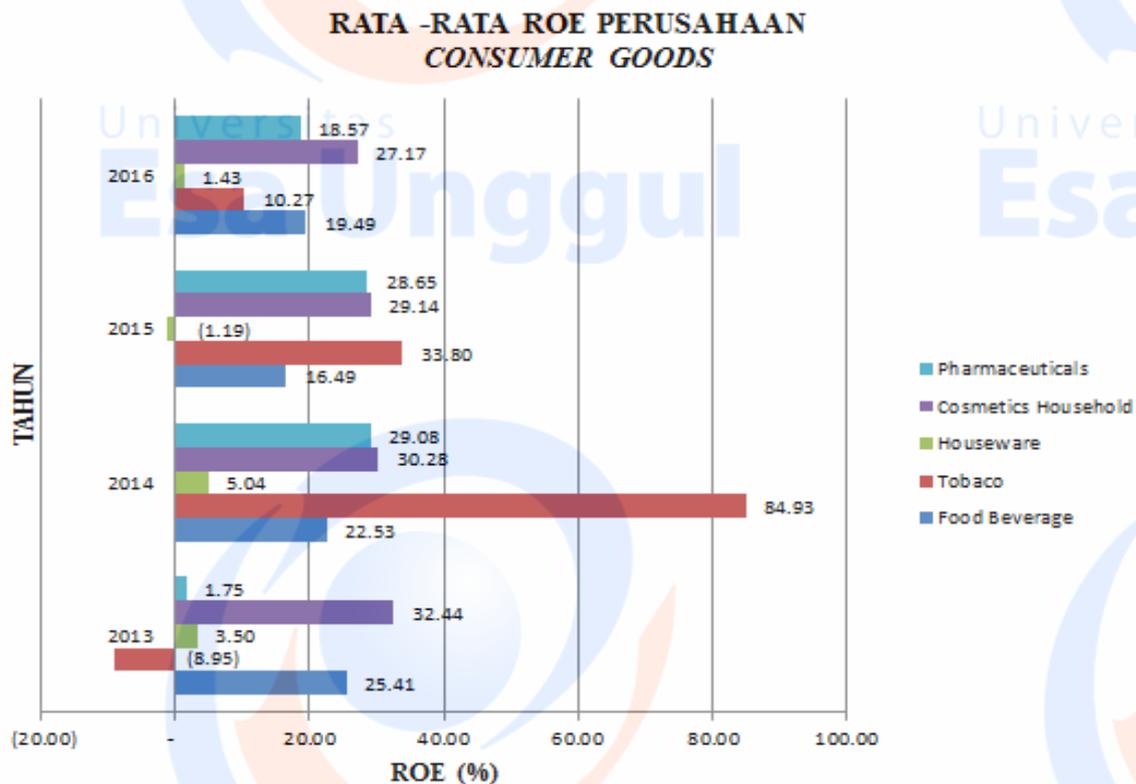
Pertumbuhan pasar industri *Consumer Goods* Indonesia mengalami perlambatan di tahun 2016. Hal tersebut dipengaruhi perlambatan ekonomi global. Perlambatan ini terjadi pada berbagai sektor *Consumer Good*, terutama pada sektor makanan dan minuman yang merupakan sektor paling besar di dalam pembelanjaan rumah tangga. Indonesia, Thailand, dan Vietnam

merupakan negara yang penurunannya terlihat sangat besar, jika dibandingkan dengan tahun lalu (www.Merdeka.com).

Kondisi *Consumer Goods* di Indonesia ini sejalan dengan hasil riset Kantar Worldpanel untuk pasar Asia. Bahwa pada 2013, secara keseluruhan pertumbuhan *Consumer Goods* di Asia sekitar 10 persen. Pertumbuhan ini menurun jika dibandingkan tahun 2014 yang mencapai 15,2 persen. Pada tahun 2015, industry *Consumer Goods* di Indonesia sendiri menurun sekitar 4,6 persen. Perlambatan pertumbuhan di industri *Consumer Goods* ini juga akan mempengaruhi kebiasaan berbelanja di rumah tangga Indonesia. Didalam Sektor *Consumer Goods* terdapat lima sub sektor yaitu: Sub Sektor Makanan dan Minuman, Sub Sektor Rokok, Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga, Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga dan Sub Sektor Farmasi. Dalam waktu empat tahun terakhir ini, tingkat *Return on Equity* di sektor *Consumer Goods* memang sedang mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat berdasarkan gambar berikut.

Dilihat dari gambar 1.1 tersebut perusahaan di sektor *Consumer Goods* rata – rata mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan di tiap tahunnya. Sebagai contoh pada sub sektor *Cosmetics Household* mengalami penurunan dalam pemberian *Return on Equity*. Ditahun 2013 rata – rata tingkat laba yang diperoleh oleh pemegang saham sebesar 32.44%. Namun ditahun 2014 mengalami penurunan menjadi 30.28%. begitupun ditahun 2015 dan 2016 laba yang diperoleh oleh pemegang saham pun menurun menjadi 27.17%.

Gambar 1.1
Tingkat ROE di Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2013 – 2016



Sumber : yahoo.finance.com (data diolah)

Begitupun di sub sektor *Houseware*, tingkat laba yang diperoleh oleh pemegang saham selama empat tahun terakhir mengalami penurunan. Jika diawal memperoleh laba sebesar 3.50% namun di tahun 2014, 2015 dan 2016 mengalami penurunan yang membuat para pemegang saham hanya memperoleh laba atau keuntungan sebesar 1.4%.

Berdasarkan fenomena yang ada, maka penelitian ini akan menguji faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) disuatu perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Perusahaan

menginginkan manajer keuangan untuk dapat melakukan tindakan terbaik bagi perusahaan dengan memaksimalkan nilai perusahaan sehingga kemakmuran atau kesejahteraan pemilik dapat tercapai (Nugroho, 2014).

Besarnya persentase ROE menunjukkan adanya kelebihan dana yang dapat digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan aktivitas perusahaan tanpa menggunakan dana pinjaman dari luar (hutang). Menurut Kasmir (2013) menjelaskan bahwa ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan atau *income* yang tersedia bagi pemilik perusahaan, baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen atas modal yang diinvestasikan di dalam perusahaan. Secara umum, semakin tinggi tingkat pengembalian atas penghasilan yang diperoleh semakin baik pula kedudukan pemilik perusahaan (Sudana, 2009).

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Siska Nopiyanti (2013) tentang pengaruh rasio keuangan terhadap ROE pada *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI menyatakan bahwa CR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizka Wahyu Mulya (2013) tentang analisis DER dan TATO terhadap ROE pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponennya di BEI dan hasil yang diperoleh menyatakan bahwa variabel DER tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Sedangkan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Aminatuzzahra (2010) tentang Analisis Pengaruh CR, DER, TATO dan NPM terhadap ROE (studi kasus pada perusahaan manufaktur go publik di BEI 2005-2009) hasil yang diperoleh DER berpengaruh signifikan positif

secara parsial terhadap ROE.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini berjudul “**Faktor Penentu Nilai Perusahaan pada Industri *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2016**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang berkaitan dengan Tingkat ROE di Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yaitu sebagai berikut :

1. Rata – Rata pertumbuhan pendapatan di sektor *Consumer Goods* mengalami peningkatan atau kenaikan di tahun 2014 dan cenderung menurun di tahun 2015 dan 2016. Hal ini dapat mengakibatkan adanya keraguan dari para investor untuk menanamkan modalnya atau membeli saham di Industri *Consumer Goods*.
2. Perusahaan di Sektor *Consumer Goods* memiliki tingkat *Return on Equity* yang cenderung mengalami penurunan di tiap tahunnya. Hal ini akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan di Industri tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, dimana Tingkat *Return on Equity* suatu perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Peneliti melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini yakni hanya melakukan pengamatan dari

pengaruh faktor – faktor internal perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat *Return on Equity* yaitu Kinerja Keuangan yang dilihat dari Rasio Keuangannya seperti Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas dan Rasio Aktivitas. Adapun tahun pengamatan dalam penelitian ini dibatasi dari tahun 2013 sampai dengan 2016, dimana selama tahun tersebut pertumbuhan pada sub sektor industri *Consumer Goods* cenderung menurun.

1.4 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mengungkapkan faktor penentu dalam hal ini Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas dan Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dari Tingkat *Return on Equity* suatu perusahaan *Consumer Goods* yang ada di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2016, dengan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Faktor Apakah yang dapat menjadi Penentu Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2013 – 2016 ?
2. Bagaimana Pengaruh Faktor Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas dan Aktivitas dapat membedakan Nilai Perusahaan yang berkinerja baik dan buruk pada Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2013 – 2016 ?
3. Berapa banyak perusahaan dalam industri *Consumer Goods* yang berkinerja baik dan buruk ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

- 1.5.1 Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis faktor apakah yang dapat menjadi Penentu Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2013 – 2016.
- b. Menganalisis Pengaruh Faktor Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas dan Aktivitas yang membedakan Nilai Perusahaan yang berkinerja baik dan buruk pada Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2013 – 2016.
- c. Menganalisis berapa banyak perusahaan dalam industri *Consumer Goods* yang berkinerja baik dan buruk.

1.5.2 Manfaat penelitian

Manfaat atau kegunaan dari hasil penelitian ini yaitu suatu dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Untuk itu, kegunaan penelitian ini mencakup beberapa hal :

Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi para emiten untuk dapat mengevaluasi hasil dari kinerja manajemen melalui faktor internal perusahaan.
- b. Bagi para investor, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada saham yang berada di Bursa Efek Indonesia dilihat dari Tingkat Keuntungan Pemegang Saham (*Return on Equity*).

Kegunaan Akademis

- a. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan bukti empiris dan pembandingan bagi penelitian yang sejenis yaitu mengenai faktor – faktor internal yang mempengaruhi tingkat Keuntungan Pemegang Saham (*Return on Equity*).