

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan suatu perusahaan hanya mampu dicapai dengan pengelolaan yang baik agar profitabilitas meningkat. Profitabilitas yang selalu meningkat akan meningkatkan harga pasar sahamnya (Awulle et al., 2018)[1].

Profitabilitas dapat diukur melalui rasio *Return On Asset* (ROA). Rasio *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam kegiatan operasional perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. *Return On Asset* (ROA) dipilih untuk mengetahui seberapa tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai *Return On Asset* (ROA) maka akan semakin efisien dalam penggunaan aset perusahaan untuk menghasilkan laba bersih yang besar dan posisi perusahaan akan dianggap semakin baik (Hergianti, 2020)[2].

Seperti yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya bahwa salah satu ukuran kinerja adalah nilai perusahaan.. Nilai perusahaan akan mempengaruhi persepsi investor. Semakin besar nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang didapatkan oleh pemegang saham (Pertiwi et al., 2016)[3].

Guna meningkatkan kemakmuran pemegang saham , berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan, antara lain melakukan pengembangan usaha. Banyak pilihan pengembangan usaha antara lain melakukan perluasan pasar, menambah jenis produk/jasa, atau mengoptimalkan penggunaan modal.

Modal perusahaan dapat berasal dari dalam perusahaan, yaitu dari hasil operasi (laba ditahan) maupun dari luar perusahaan, yaitu dalam bentuk utang atau saham. Berdasarkan hal tersebut, modal sendiri dapat berasal dari sumber *intern* yaitu keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan maupun sumber *extern* yang berasal dari modal yang berasal dari pemegang saham (Saputro et al., 2015)[4].

Sumber modal yang berasal dari sumber eksternal dari para kreditur dan pemilik, atau pemegang saham dalam mengambil keputusan harus mempertimbangkan besarnya biaya tetap. Sehingga utang berupa bunga yang akan menyebabkan semakin meningkatnya utang perusahaan semakin tidak pastinya tingkat pengembalian modal (Iswanto, 2015)[5]

Semakin banyak hutang maka investor enggan untuk melakukan investasi karena memiliki risiko untuk bangkrut yang lebih tinggi hal ini disebabkan oleh modal yang dimiliki perusahaan tidak lebih besar dibandingkan dengan hutang yang dimiliki (A. A. N. B. A. Permana & Rahyuda, 2019)[6]. Namun berdasarkan penjelasan diatas, maka pengelolaan solvabilitas sangatlah penting dalam oprasional perusahaan dapat menjadi suatu acuan dalam meningkatkan ataupun menurunkan nilai perusahaan. Solvabilitas dapat diukur menggunakan *Debt to*

*Equity Ratio* (DER). DER dipilih karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktivitya dan berapa besar bagian dari aktiva tersebut yang di danai oleh utang.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Yanti & Darmayanti (Yanti & Darmayanti, 2019)[7] Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural total penjualan. Logaritma natural total penjualan dipilih karena semakin besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat (Denziana & Monica, 2016)[8].

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, tercermin dalam harga saham perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah harga saham. Menurut Putra (Putra, 2018)[9] harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki penilaian oleh public terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *price book value (PBV)*, yang dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara harga saham dengan nilai buku dan semakin tinggi nilai *price book value (PBV)* menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang juga semakin tinggi merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan (Sudiani & Darmayanti, 2016)[10].

Perusahaan yang baik dapat dilihat dari seberapa banyak investor yang berinvestasi, pengelolaan dana yang dilakukan manajemen keuangan dalam operasional perusahaan, peran atau kebijakan struktur kepemilikan baik manajerial ataupun institusi, dan pembagian atau penahanan dividen kepada pemegang saham (Verawaty et al., 2016)[11]. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham adalah kemampuan perusahaan membayar dividen. Nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya kemampuan perusahaan membayar dividen. Besarnya dividen akan mempengaruhi harga sahamnya. Apabila dividen yang dibayar tinggi, maka harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi dan sebaliknya (Harjito & Martono, 2013)[12].

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya kepemilikan manajerial, kebijakan deviden, kebijakan hutang, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas (Mutammimah, 2020)[13]. Namun, penelitian ini lebih memfokuskan pada faktor profitabilitas, solvabilitas dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, dari beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga menunjukkan perbandingan pengaruh ROA, DER dan Size

terhadap PBV sehingga rata-rata dari rasio berfluktuatif setiap tahunnya. Hal ini yang membuat perlunya penelusuran atas faktor-faktor yang memengaruhi nilai rasio yang fluktuatif tersebut. Berikut adalah data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018

Tabel 1.1

**Data Profitabilitas (ROA), Solvabilitas (DER), Ukuran Perusahaan (SIZE) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2016-2018**

No.	Kode	Tahun	ROA	DER	SIZE	PBV
Makanan dan Minuman						
1	DLTA	2016	27,30	0,18	21,23	3,83
		2017	27,52	0,17	20,47	3,92
		2018	28,96	0,19	20,61	4,47
2	ULTJ	2016	22,00	0,21	29,18	4,22
		2017	20,00	0,23	15,40	3,41
		2018	17,08	0,16	15,52	3,39
3	MYOR	2016	33,20	1,06	30,54	7,60
		2017	14,66	1,03	30,67	9,09
		2018	13,54	1,06	30,81	6,70

Sumber : Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (Data Diolah)

Secara konsep hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan nilai perusahaan (PBV) adalah positif dimana ketika ROA mengalami peningkatan maka akan diikuti kenaikan PBV. Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) terjadi penurunan ROA pada tahun 2016-2017 dari 33,20 menjadi 14,66 namun diikuti kenaikan nilai PBV dari 7,60 menjadi 9,09. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa meningkatnya nilai ROA maka nilai PBV akan meningkat juga. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Windi Prasasti (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ) dimana pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan nilai DER dari 0,23 menjadi 0,16 namun diikuti penurunan nilai PBV juga dari 3,41 menjadi 3,39. Hal ini tidak sesuai dengan konsep, bahwa semakin tinggi nilai DER maka nilai perusahaan semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah nilai DER maka nilai perusahaannya semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Irma Desmi Awulle (2018) menunjukkan bahwa solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan

menurut (Putri, 2016)[14] menunjukkan bahwa solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan nilai ukuran perusahaannya dari 21,23 menjadi 20,47 namun diikuti kenaikan nilai PBV dari 3,38 menjadi 3,92. Hal ini juga tidak sesuai dengan konsep bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka nilai perusahaannya juga tinggi sehingga perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 1.2**

**Data Profitabilitas (ROA), Solvabilitas (DER), Ukuran Perusahaan (SIZE) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga Tahun 2016-2018**

No	Kode	Tahun	ROA	DER	SIZE	PBV
Kosmetik dan Rumah Tangga						
1	MBTO	2016	1,66	0,61	27,25	0,45
		2017	-4,06	0,89	27,32	0,40
		2018	-23,94	1,16	26,94	0,49
2	KINO	2016	6,68	0,68	28,88	1,62
		2017	4,35	0,58	28,78	1,39
		2018	5,58	0,64	28,92	1,70
3	UNVR	2016	51,19	2,56	17,51	74,89
		2017	49,57	0,91	17,53	67,25
		2018	59,76	1,75	17,55	45,98

Sumber : Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (Data diolah)

Pada sub sektor industri kosmetik dan rumah tangga, secara konsep hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan nilai perusahaan (PBV) adalah positif dimana ketika ROA mengalami peningkatan maka akan diikuti kenaikan PBV. Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) terjadi peningkatan ROA pada tahun 2017-2018 dari 49,57 menjadi 59,76 namun diikuti penurunan nilai PBV dari 67,25 menjadi 45,98. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa meningkatnya nilai ROA maka nilai PBV akan meningkat juga. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Windi



Prasasti (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, PT. Kino Indonesia (KINO) dimana nilai DER nya pada tahun 2017-2018 naik dari 0,58 menjadi 0,64 mengakibatkan nilai PBV juga mengalami kenaikan dari 1,39 menjadi 1,70. Hal ini tidak sesuai dengan konsep, bahwa semakin tinggi nilai DER maka nilai perusahaan semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah nilai DER maka nilai perusahaannya semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Irma Desmi Awulle (2018) menunjukkan bahwa solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Putri, 2016)[14] menunjukkan bahwa solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PT Martina Berto Tbk (MBTO) pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan nilai ukuran perusahaannya dari 27,32 menjadi 26,94 namun diikuti kenaikan nilai PBV dari 0,40 menjadi 0,49. Hal ini juga tidak sesuai dengan konsep bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka nilai perusahaannya juga tinggi sehingga perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sifat dan karakteristik usaha dari perusahaan makanan dan minuman berdasarkan Kementerian Perindustrian, industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional. Sepanjang tahun 2018 industri makanan dan minuman mampu meningkatkan nilai investasi nasional, sehingga banyaknya investor yang menanamkan sahamnya guna meningkatkan nilai perusahaan. Terlebih lagi adanya implementasi industri 4.0, dengan pemanfaatan teknologi terkini dinilai dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan kompetitif. Produk makanan dan minuman Indonesia telah dikenal memiliki daya saing di kancah global melalui keragaman jenisnya. Ini ditandai dengan capaian nilai eksportnya sebesar USD29,91 miliar pada tahun 2018 ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id))

Selain sektor makanan dan minuman adapun sektor kosmetik dan rumah tangga yang menjadi objek penelitian ini. Menurut Kementerian Perindustrian, telah menempatkan industri kosmetik sebagai sektor andalan sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035. Industri kosmetik nasional mencatatkan kenaikan pertumbuhan 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Kenaikan pertumbuhan hingga double digit ini didorong permintaan besar dari pasar domestik dan ekspor seiring tren masyarakat yang mulai memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama. Saat ini, produk kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita yang merupakan target utama dari industri

kosmetik. Selain itu, seiring dengan perkembangan zaman, industri kosmetik juga mulai berinovasi pada produk kosmetik untuk pria dan anak-anak ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)).

Alasan peneliti memilih perusahaan sektor makanan dan minuman karena sektor ini merupakan industri yang memiliki prospek usaha yang sangat baik dikarenakan gaya dan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin hari daya belinya meningkat. Kemudian pada sektor kosmetik dan rumah tangga dipilih karena kosmetik merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat modern disebabkan karena kebutuhan kosmetik sangat diperlukan oleh masyarakat untuk menunjang penampilan dan barang keperluan rumah tangga yang setiap hari tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia sehingga memiliki potensi yang menjajikan untuk dikembangkan dan memiliki peluang investasi yang bagus. Namun, pada penelitian ini terjadi fenomena-fenomena fluktuatif pada harga saham maupun instrumen-instrumen keuangan lainnya, padahal seharusnya jika perusahaan memiliki prospek yang bagus, secara teori harga sahamnya akan naik terus-menerus. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk memilih perusahaan makanan dan minuman dan perusahaan kosmetik dan rumah tangga sebagai objek penelitian untuk mencari tahu apa penyebab dari permasalahan tersebut.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang menjadi motivasi penelitian pada penelitian ini adalah: Yang pertama, adanya *research gap* atau ketidak konsistenan hasil penelitian terhadap variabel yang dipilih. Yang kedua, terkait dengan adanya relevansi informasi maka kandungan informasi akuntansi merupakan isu yang sangat penting dibahas agar suatu informasi akuntansi dapat dikatakan bermanfaat bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi dengan tujuan untuk memperoleh laba dari aktivitas entitas tersebut. Maka peneliti ingin membuktikan serta membandingkan apakah profitabilitas, solvabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman dan sub sektor kosmetik dan rumah tangga. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perbandingan Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang terjadi yaitu sebagai berikut :

1. Terdapat informasi bahwa profitabilitas tidak hanya diukur dengan *return on asset*, solvabilitas tidak hanya diukur dengan *debt to equity ratio*, dan ukuran perusahaan tidak hanya diukur dengan Ln total penjualan.
2. Terdapat perbedaan hasil penelitian dari penelitian sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas, solvabilitas dan ukuran perusahaan.

3. Terdapat fenomena yang terjadi yaitu perbedaan antara teori dengan kondisi yang ada mengenai adanya fluktuasi profitabilitas, solvabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, agar tujuan penelitian ini dapat tercapai dan memudahkan dalam menganalisis, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya membahas tentang perbandingan pengaruh profitabilitas, solvabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di perusahaan sub sektor makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.
2. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.
3. Pada penelitian ini Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan harga perlembar saham (*Price Book Value*).
4. Pada penelitian ini Profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA).
5. Pada penelitian ini Solvabilitas diukur dengan menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER).
6. Pada penelitian ini Ukuran Perusahaan diukur dengan menggunakan indikator Logaritma natural dari total penjualan ( $\ln$  Total Penjualan).

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019?
2. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019?
3. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019?
4. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019?
5. Apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019?
6. Apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019?

7. Apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019?
8. Apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019
2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019
3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019
4. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019
5. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019
6. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019
7. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2015-2019
8. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2015-2019

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan  
Agar perusahaan mengetahui faktor- faktor apa saja yang dapat memengaruhi nilai perusahaan dan dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijakannya.
2. Bagi Investor dan Calon Investor



Agar dapat memberi gambaran bagi para investor dan calon investor mengenai prospek perusahaan kedepan dan sebagai bahan pertimbangan investor untuk menginvestasikan modal pada perusahaan, serta diharapkan dapat memberikan informasi dalam menilai aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Agar hasil yang dibuat dapat menjadi acuan ataupun referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya mengenai faktor profitabilitas, solvabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan