

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan, dan persaingan tersebut menyebabkan setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerjanya sehingga dapat dengan cepat mencapai tujuannya. Salah satu tujuan perusahaan yang berorientasi pada laba adalah meningkatkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham perusahaan. Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang, tujuan jangka pendek adalah agar perusahaan dapat menggunakan sumber daya perusahaan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya, dan tujuan jangka panjangnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan.

Memaksimalkan nilai perusahaan adalah tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting bagi investor sebagai acuan dalam berinvestasi di perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat tingkat kepercayaan dan minat investor untuk berinvestasi semakin tinggi. Bagi sebuah perusahaan, memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan menggambarkan kinerja atau pencapaian yang telah dicapai perusahaan dalam periode tertentu. Dengan nilai perusahaan yang maksimal maka akan tercipta kemakmuran yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan nilai perusahaan yang tinggi maka pasar akan mempercayai kinerja perusahaan tidak hanya saat ini tetapi juga prospek perusahaan di masa yang akan datang (Dahar *et al.*, 2019)[1]. Nilai Perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi Nilai Perusahaan.

Setiap investor yang berinvestasi dengan membeli saham ingin mendapatkan kemakmuran yang sebesar-besarnya (Kusumawati & Rosady, 2018)[2]. Kemakmuran para pemegang saham ini dapat dilihat dari nilai perusahaan. Investor tertarik dengan suatu perusahaan karena informasi yang disampaikan dalam keuangan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki masa depan yang baik. (Harmono, 2016)[3] menjelaskan bahwa, nilai perusahaan dapat diukur menggunakan nilai harga saham di pasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan mempengaruhi pengambilan keputusan investor karena mencerminkan kestabilan keuangan dan tingkat risiko yang dihadapi perusahaan, sebab investor cenderung berinvestasi pada perusahaan dengan keuntungan stabil dan risiko yang relatif rendah.

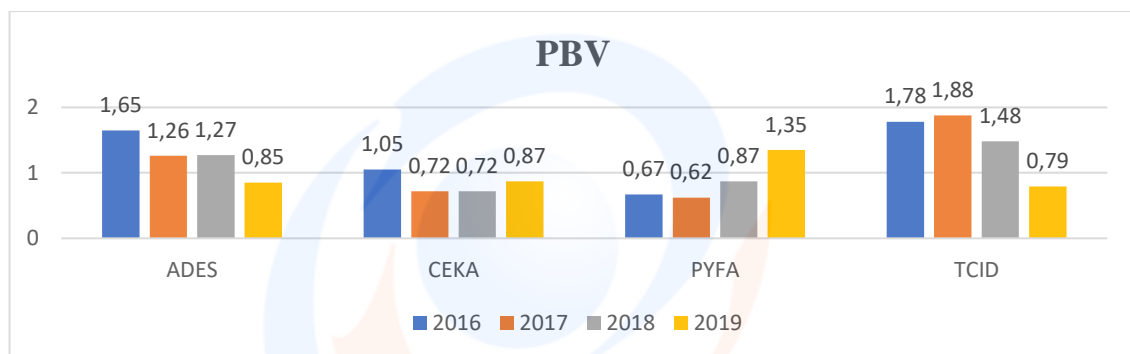
Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor (Sintyana & Artini, 2018)[4]. Nilai perusahaan ditunjukkan dengan harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan, sebaliknya semakin rendah harga saham maka semakin rendah nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran yang maksimal bagi pemegang saham jika

harga saham suatu perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi kemakmuran pemegang saham.

Pasar modal di Indonesia terdiri dari banyak perusahaan dengan berbagai sektor (Ramdhonah *et al.*, 2019)[5]. Sektor manufaktur merupakan perusahaan yang mengelola barang mentah menjadi barang jadi untuk menambah nilai atas barang tersebut. Sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu bagian dari perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Sektor tersebut sangat menarik bila diteliti, karena masyarakat tidak lepas dari industri barang konsumsi untuk keperluan sehari-harinya, sehingga harga saham pada perusahaan ini meningkat karena banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi pada sektor industri barang konsumsi. Perkembangan saham menunjukkan bahwa perusahaan mengalami fluktuasi dari tahun-ke tahun di Bursa Efek Indonesia (Dewi & Sudiarta, 2017)[6]. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem serta sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak lain dengan tujuan memperdagangkan Efek (saham dan obligasi) diantara mereka. Salah satu perusahaan yang memperdagangkan saham mereka pada Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah perusahaan manufaktur.

Dalam penelitian ini salah satu alat yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah Price to book value (PBV). PBV merupakan rasio keuangan yang membandingkan harga saham dengan nilai buku per saham, semakin tinggi nilai PBV maka tingkat kemakmuran pemegang saham akan semakin tinggi, sehingga perusahaan mencapai salah satu tujuannya (Brigham & Houston, 2011)[7]. PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham perusahaan. Dengan menggunakan rasio PBV, calon investor dapat mengidentifikasi perusahaan yang nilai sahamnya undervalued atau overvalued. Menurut (Permata *et al.*, 2013)[8], nilai saham dikatakan undervalued ketika nilai PBV berada di bawah 1 yang dapat diartinya bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya dan overvalued ketika nilai PBV berada di atas 1 yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya.

Berikut disajikan data nilai perusahaan dari 4 perusahaan industri barang konsumsi untuk Periode tahun 2016-2019.



Gambar 1.1

Grafik Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2016-2019

Berdasarkan gambar 1.1 menjelaskan bahwa terjadinya fluktuasi pada nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2016 sampai 2019, dengan kata lain tidak konsisten setiap tahunnya yang menyebabkan nilai perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan disetiap tahun. Dapat dilihat PBV pada PT. Aksara Wira Internasional Tbk (ADES) mengalami fluktuasi pada tahun 2016 hingga 2019, pada tahun 2016 PBV bernilai 1,65 turun menjadi 1,26 pada tahun 2017 dan naik pada tahun 2018 menjadi 1,27 kemudian turun kembali ditahun 2019 dengan nilai 0,85. Pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) nilai PBV mengalami fluktuasi dengan nilai 1,05 ditahun 2016 turun menjadi 0,72 pada tahun 2017 dan 2018 kemudian naik ditahun 2019 dengan nilai 0,87. Pada PT. Pyridam Farma Tbk (PYFA) nilai PBV mengalami fluktuasi pada tahun 2016 hingga 2018 dengan nilai 0,67 ditahun 2016 turun menjadi 0,62 pada tahun 2017 kemudian naik pada tahun 2018 menjadi 0,87 dan ditahun 2019 nilai PBV naik kembali dengan nilai 1,35. Kemudian Pada PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID) nilai PBV mengalami fluktuasi ditahun 2016 hingga 2018 dengan nilai 1,78 ditahun 2016 naik menjadi 1,88 pada tahun 2017 kemudian turun pada tahun 2018 menjadi 1,48 dan pada tahun 2019 nilai PBV kembali turun dengan nilai 0,79.

Kondisi fluktuasi nilai perusahaan akan berdampak pada evaluasi stakeholders (seperti investor dan kreditor). Bagi investor, semakin tinggi nilai suatu perusahaan maka akan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Bagi kreditor, nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri, merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

Dalam penelitian ini terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas. Faktor pertama struktur modal merupakan perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri. Keputusan struktur modal merupakan salah satu keputusan yang penting untuk kelangsungan operasi perusahaan. Struktur modal merupakan proporsi dalam menentukan pemenuhan kebutuhan belanja perusahaan, dimana dana yang diperoleh menggunakan kombinasi atau paduan sumber yang berasal dari dana jangka panjang yang terdiri dari sumber utama, yakni yang berasal dari dalam dan luar perusahaan (Permata *et al.*, 2013)[8].

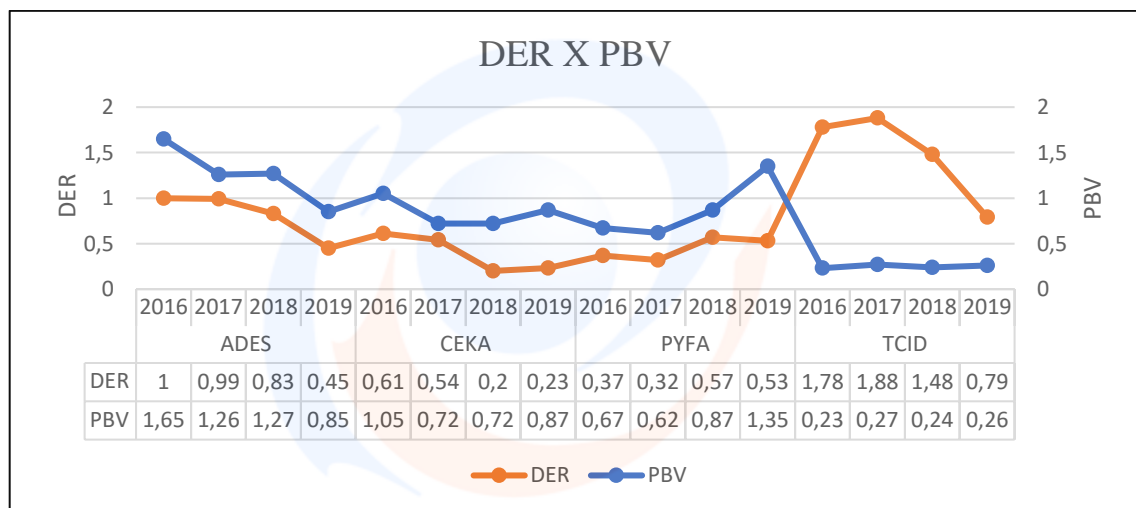
Menurut Brigham dan Houston (2011)[7], struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena akan berhubungan dengan pengaruh terhadap besarnya tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan. Teori struktur modal menjelaskan bahwa kebijakan pendanaan perusahaan dalam menentukan struktur modal bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Struktur modal diukur dengan menggunakan Debt to Equity Ratio (DER). Debt to Equity Ratio (DER) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur utang yang digunakan oleh perusahaan berbanding dengan modal sendiri

Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan yang memiliki struktur modal tinggi dapat memberikan dampak berupa muncul nya peluang risiko kerugian yang lebih besar akibat adanya kewajiban pembayaran bunga yang akan mengurangi laba bersih perusahaan, akan tetapi

penggunaan hutang juga dapat memberikan kesempatan untuk mendapatkan laba yang besar (Kasmir, 2018)[9].

Rasio hutang yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan DER (Debt to Equity Ratio), dimana DER merupakan perbandingan total hutang dan modal yang dimiliki oleh perusahaan, rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Secara teoritis hubungan antara DER dan PBV negatif, dimana jika rasio DER naik maka nilai perusahaan turun sesuai dengan teori pertukaran (Trade off Theory) menunjukkan bahwa DER berpengaruh negatif terhadap PBV yang dimana dengan asumsi jika perusahaan menggunakan hutang yang melebihi batas optimal maka semakin besar resiko yang ditanggung perusahaan dan akan mengakibatkan nilai perusahaan turun.

Berikut disajikan data Struktur Modal (DER) dengan nilai perusahaan (PBV) dari 4 Perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2016-2019.



Gambar 1.2
Grafik Struktur Modal (DER) dan Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2016-2019

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, ditemukan fenomena Struktur Modal (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). setiap kenaikan Struktur Modal (DER) diikuti dengan kenaikan Nilai Perusahaan (PBV) dan juga sebaliknya saat Struktur Modal (DER) turun diikuti dengan penurunan Nilai Perusahaan (PBV).

Fenomena tersebut dapat dilihat pada Pada PT. Aksara Wira Internasional Tbk (ADES) tahun 2016 nilai DER 1,00 turun menjadi 0,99 ditahun 2017 dan pada tahun 2018 hingga 2019 nilai DER pun turun dengan nilai 0,83 menjadi 0,45 yang diikuti dengan turunnya nilai PBV dengan nilai 1,65 ditahun 2016 menjadi 1,26 ditahun 2017 dan pada tahun 2018 hingga 2019 nilai PBV pun turun kembali dengan nilai 1,27 menjadi 0,85. Pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) terjadi turunnya nilai DER ditahun 2016 dengan nilai 0,61 menjadi 0,54 ditahun 2017 dan pada tahun 2018 hingga 2019 nilai DER naik dengan nilai 0,20 menjadi 0,23, yang diikuti dengan turunnya nilai PBV ditahun 2016 dengan nilai 1,05 menjadi 0,72 ditahun 2017 dan pada tahun 2018

hingga 2019 nilai PBV pun naik dengan nilai 0,72 menjadi 0,87. pada PT. Pyridam Farma Tbk (PYFA) terjadi turunnya nilai DER ditahun 2016 dengan nilai 0,37 menjadi 0,32 ditahun 2017 kemudian naik ditahun 2018 dengan nilai 0,57 yang diikuti dengan turunnya nilai PBV dengan nilai 0,67 ditahun 2016 menjadi 0,62 ditahun 2017 kemudian naik ditahun 2018 dengan nilai 0,87. Dan pada PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID) terjadi naiknya DER pada tahun 2016 hingga 2017 dengan nilai 1,78 menjadi 1,88, dan pada tahun 2017 hingga 2018 nilai DER mengalami penurunan dengan nilai 1,88 ditahun 2017, turun menjadi 1,48 ditahun 2018 yang diikuti dengan naiknya nilai PBV ditahun 2016 hingga 2017 dengan nilai 0,23 menjadi 0,27 dan pada tahun 2017 hingga 2018 nilai PBV mengalami penurunan dengan nilai 0,27 ditahun 2017 menjadi 0,24 ditahun 2018

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Utomo & Christy, 2017)[10] menyatakan bahwa DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati *et al.*, 2015)[11] menyatakan bahwa variabel Struktur Modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Fenomena yang ditemukan pada gambar 1.2 dan penelitian terdahulu yang memiliki perbedaan dalam hasil penelitiannya maka variabel Struktur Modal digunakan peneliti untuk kemudian diuji kembali apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

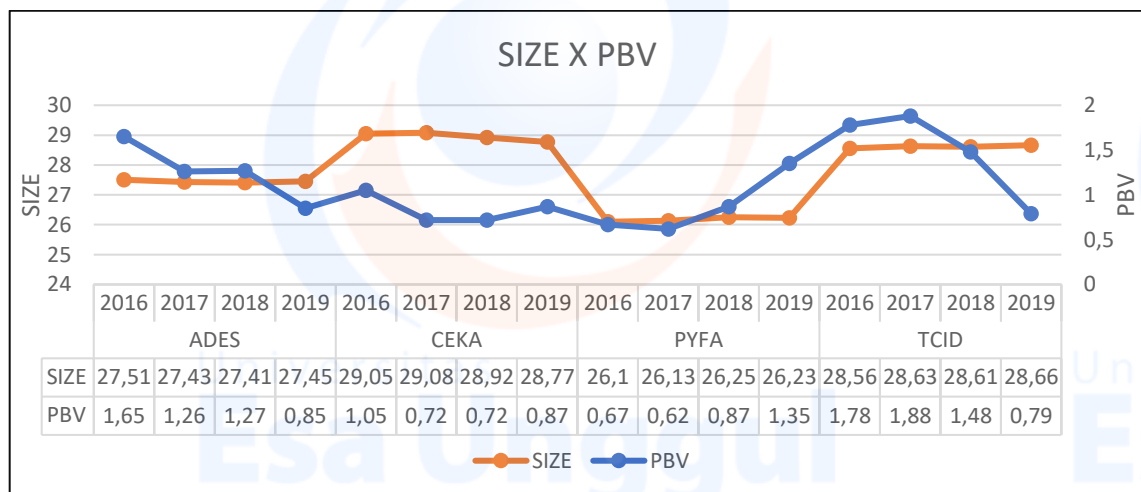
Selain struktur modal, Ukuran perusahaan juga merupakan faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Menurut (Brigham & Houston, 2010)[12] yaitu ukuran perusahaan (firm size) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai dari total aset, total penjualan, dan jumlah karyawan. Ukuran perusahaan adalah pengelompokan perusahaan dalam beberapa kelompok seperti usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar (UMKM). Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai besar kecilnya sebuah perusahaan yang diukur dengan menggunakan total kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil dan perusahaan besar juga dapat melakukan akses kepasar modal dalam memperoleh pendanaan agar lebih mudah, sedangkan perusahaan yang masih baru atau perusahaan kecil akan mengalami banyak kesulitan dalam akses kepasar modal. Maka dapat diartikan bahwa perusahaan besar memiliki tingkat fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana dengan lebih mudah.

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kemudian. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya, jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan tetap maka perusahaan akan menderita kerugian (Brigham & Houston, 2010)[12]. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh pihak

manajemen untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Rachmawati & Triatmoko, 2007)[13]

Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln Total Penjualan yang berasal dari log natural total penjualan dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural maka jumlah penjualan dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari jumlah penjualan yang sesungguhnya. Diproksikan dengan Ln Total Penjualan karena perhitungan ukuran perusahaan dapat dilihat dari total penjualan yang dapat digolongkan kedalam klasifikasi ukuran perusahaan seperti usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Semakin besar perusahaan maka semakin banyak investor yang memperhatikan perusahaan tersebut. Harapan investor terhadap ukuran perusahaan yang besar adalah jika perusahaan menjadi lebih besar maka investor akan bereaksi positif, yang akan berdampak pada harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan secara teoritis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang dimana jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan ikut meningkat.

Berikut disajikan data Ukuran Perusahaan (Size) dengan nilai perusahaan (PBV) dari 4 Perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2016-2019



Gambar 1.3

Grafik data Ukuran Perusahaan (SIZE) dan Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2016-2019

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, ditemukan fenomena Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). setiap penurunan Ukuran Perusahaan (SIZE) diikuti dengan kenaikan Nilai Perusahaan (PBV) dan juga sebaliknya setiap kenaikan Ukuran Perusahaan (SIZE) diikuti dengan penurunan Nilai Perusahaan (PBV).

Fenomena tersebut dapat dilihat pada PT. Aksara Wira Internasional Tbk (ADES), terjadi turunnya nilai SIZE ditahun 2017 dengan nilai 27,43 menjadi 27,41 di tahun 2018 kemudian naik ditahun 2019 dengan nilai 27,45 yang diikuti dengan naiknya nilai PBV ditahun 2017 dengan nilai 1,26 menjadi 1,27 ditahun 2018 kemudian turun ditahun 2019 dengan nilai 0,85. Pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) terjadi naiknya nilai

SIZE ditahun 2016 dengan nilai 29,05 naik menjadi 29,08 ditahun 2017 lalu pada tahun 2018 hingga 2019 mengalami penurunan dengan nilai 28,92 menjadi 28,77 yang diikuti dengan turunya nilai PBV dengan nilai 1,05 ditahun 2016 menurun ditahun 2017 menjadi 0,72 lalu pada tahun 2018 hingga 2019 mengalami kenaikan dengan nilai 0,72 menjadi 0,87. Pada PT. Pyridam Farma Tbk (PYFA) terjadi naiknya nilai SIZE ditahun 2016 dengan nilai 26,10 menjadi 26,13 ditahun 2017 dan pada tahun 2018 hingga 2019 mengalami penurunan dengan nilai 26,25 menjadi 26,23 yang diikuti dengan turunnya nilai PBV ditahun 2016 dengan nilai 0,67 menjadi 0,87 ditahun 2017 dan pada tahun 2018 hingga 2019 mengalami kenaikan PBV dengan nilai 0,87 menjadi 1,35. Lalu pada PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID) terjadi naiknya nilai SIZE ditahun 2018 dengan nilai 28,61 naik menjadi 28,66 ditahun 2019 yang diikuti dengan turunnya nilai PBV ditahun 2018 dengan nilai 1,48 menjadi 0,79 ditahun 2019.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurminda *et al.*, 2017)[14] menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhonah *et al.*, 2019)[5] yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dahar *et al.*, 2019)[1] yaitu ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena pada gambar 1.3 dan penelitian terdahulu yang memiliki perbedaan dalam hasil penelitiannya maka variabel Ukuran Perusahaan digunakan peneliti untuk kemudian diuji kembali apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

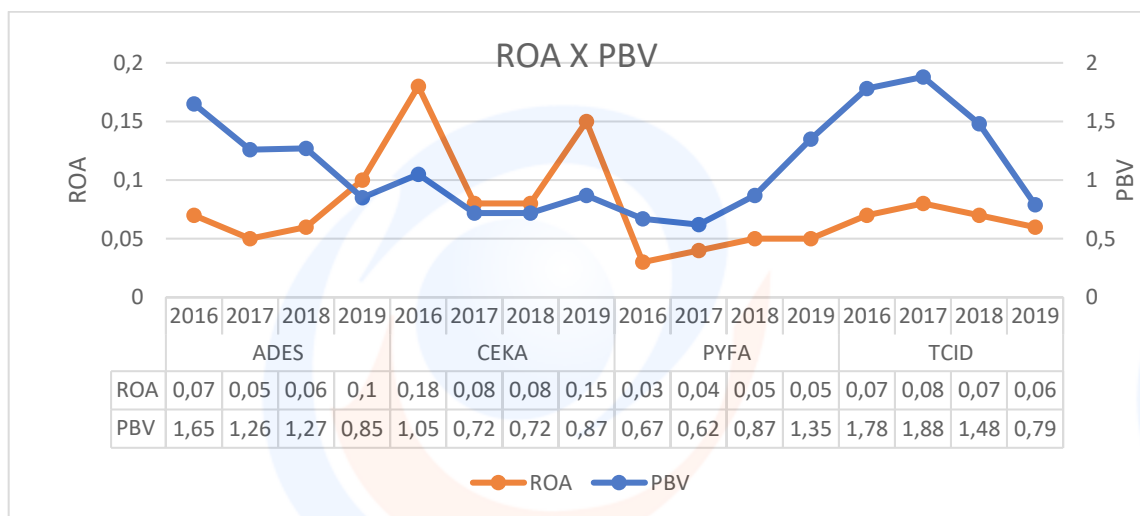
Selanjutnya faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas, Profitabilitas merupakan salah satu cara untuk melihat kinerja keuangan manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan perusahaan, yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Tingkat profitabilitas akan mempengaruhi pandangan investor terhadap perkembangan perusahaan ke depannya. Perusahaan dengan prospek yang baik adalah perusahaan dengan profitabilitas tinggi. Profitabilitas tercermin dalam harga saham dan ditunjukkan dalam kinerja keuangan, menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan asetnya untuk memperoleh laba maksimal. Tingkat return yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik pula, maka kinerja keuangan secara tidak langsung menunjukkan nilai perusahaan itu sendiri.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi perusahaan (Kasmir, 2018)[9]

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return On Asset (ROA). ROA dipilih untuk mengetahui tingkat pengembalian investasi yang akan diperoleh perusahaan dari penggunaan semua asetnya. Semakin tinggi ROA maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih.

Perusahaan yang dapat menghasilkan laba yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan terus meningkat, sehingga dapat menimbulkan respon yang baik dari investor, yang berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan. Efektivitas dan efisiensi manajemen dapat dilihat dari laba yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi perusahaan, seperti yang dapat dilihat dari laporan keuangan. Oleh karena itu, seiring dengan peningkatan laba, hal ini menunjukkan return kepada investor yaitu dividen juga akan meningkat dan ini merupakan kabar baik bagi investor. Respon positif investor akan berdampak pada naiknya harga saham perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Secara teoritis hubungan antara ROA dengan Nilai Perusahaan adalah positif, dimana jika ROA meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat.

Berikut disajikan data Profitabilitas (ROA) dengan nilai perusahaan (PBV) dari 4 Perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2016-2019



Gambar 1.4

Grafik data Profitabilitas (ROA) dan Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2016-2019

Berdasarkan gambar 1.4 diatas ditemukan fenomena Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Setiap ROA mengalami kenaikan diikuti turunnya Nilai Perusahaan (PBV) begitupun sebaliknya.

Fenomena tersebut dapat dilihat Pada PT. Aksara Wira Internasional Tbk (ADES) terjadi naiknya nilai ROA ditahun 2018 dengan nilai 0,06 menjadi 0,10 ditahun 2019 yang diikuti turunnya nilai PBV ditahun 2018 dengan nilai 1,27 turun menjadi 0,85 ditahun 2019. Pada PT. Pyridam Farma Tbk (PYFA) Terjadi naiknya nilai ROA ditahun 2016 dengan nilai 0,03 menjadi 0,04 ditahun 2017 yang diikuti dengan turunnya nilai PBV pada tahun 2016 dengan nilai 0,67 menjadi 0,62 ditahun 2017. Kondisi ini tidak sejalan dengan logika teori atau literatur yang menyatakan bahwa semakin tinggi ROA maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sintyana & Artini, 2018)[4] yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

(Astriani, 2014)[15] menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena pada gambar 1.4 dan penelitian terdahulu yang memiliki perbedaan dalam hasil penelitiannya maka variabel profitabilitas digunakan peneliti untuk kemudian diuji kembali apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dengan melihat faktor-faktor tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis apakah Struktur Modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019.

Alasan peneliti memilih sektor industri barang konsumsi karena Industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan perusahaan sektor industri barang konsumsi memiliki tingkat persaingan yang tinggi terbukti pada meningkatnya perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2015 terdapat 38 perusahaan terdaftar dan terus meningkat setiap tahunnya hingga pada tahun 2019 terdapat 53 perusahaan terdaftar di BEI, hal tersebut menunjukkan semakin ketatnya persaingan di perusahaan sektor industry barang konsumsi, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki kinerja yang sangat baik supaya mampu unggul dalam bersaing. Sektor industri barang konsumsi adalah salah satu sektor yang stabil dalam segala kondisi perekonomian dan masih menjadi pilihan utama para investor dalam menginvestasikan dana mereka, karena sektor industri barang konsumsi merupakan industri pokok yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara sadar maupun tidak sadar. Selanjutnya, adanya ketidaksesuaian research gap dengan logika teori dan perbedaan hasil penelitian terhadap variabel yang diteliti.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Terjadi nya fluktuatif pada nilai perusahaan (PBV) sektor industri barang konsumsi yang menyebabkan nilai perusahaan dimata investor tidak selalu baik
2. Terjadi peningkatan Struktur Modal (DER) sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan dalam resiko tinggi.
3. Terjadi penurunan Size (Ln Total penjualan) sehingga menunjukkan terjadinya investasi dalam perusahaan yang kecil sehingga mempunyai skala ekonomi rendah.

4. Terjadi penurunan Profitabilitas (ROA) yang menunjukkan bahwa perusahaan dalam keadaan tidak menguntungkan dalam menjalankan *core bisnis* perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya permasalahan dalam penulisan maka, peneliti memberikan batasan masalah pada:

1. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel independen. Kemudian nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
3. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019, yang diperoleh dari situs www.idx.co.id dan website resmi masing-masing perusahaan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dijelaskan diatas maka penelitian ini dapat merumuskan sebagai berikut:

1. Apakah struktur modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019 ?
2. Apakah Struktur Modal secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019 ?
3. Apakah Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019 ?
4. Apakah Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019

2. Untuk menganalisis pengaruh Struktur Modal secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019.
3. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019.
4. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada perusahaan Industri Barang Konsumsi periode 2015-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Perusahaan, Investor dan Kreditor, serta bagi penelitian selanjutnya:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan, yang dapat digunakan sebagai informasi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi calon investor untuk digunakan sebagai alat pertimbangan dalam pengambilan keputusan sebelum menginvestasikan modalnya diperusahaan..

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana dibidang keuangan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan mendatang serta menjadi pembanding bagi peneliti-peneliti selanjutnya.