

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan utama didirikannya sebuah perusahaan salah satunya adalah untuk memperkaya diri perusahaan dengan cara memaksimalkan keuntungan yang didapat atas hasil kegiatan perusahaan sehingga akan membuat nilai perusahaan menjadi tinggi dipandang publik. Nilai perusahaan yang tinggi tentunya akan menarik para calon investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan sehingga modal yang dimiliki perusahaan akan semakin bertambah dan tentunya akan mempermudah perusahaan dalam menjalankan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Investasi merupakan suatu cara untuk memperkaya diri di masa yang akan datang. Akan tetapi berinvestasi memiliki resiko yang akan diterima oleh para investor dan ada istilah *high risk high return* apabila kita memilih investasi berjenis saham. Resiko yang kita terima sangat besar apabila kita membeli pada harga *high* dan menjual pada harga *low* tetapi kita juga akan mendapat keuntungan yang besar apabila kita membeli pada harga *low* dan menjual pada harga *high*. Maka dari itu para investor harus lebih cermat dan selektif dalam berinvestasi. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan sering di indikasikan dengan *price to book value*.

Industry *consumer goods* atau industri barang konsumsi merupakan industri yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat karena produknya dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu saham perusahaan *consumer goods* merupakan saham-saham yang paling tahan kritis dibandingkan dengan industri sektor lain karena dalam kondisi kritis atau tidak sebagian besar produk industri *consumer goods* tetap dibutuhkan masyarakat untuk dikonsumsi.

IHK atau indeks harga konsumen merupakan suatu indeks yang menghitung rata-rata perubahan harga dalam suatu periode dari suatu kumpulan barang dan jasa yang dikonsumsi oleh penduduk/rumah tangga dalam kurun waktu tertentu. Menteri Koordinator bidang perekonomian Darmin Nasution dikutip dalam www.kompas.com 2 November 2015 mengatakan “umumnya indeks harga konsumen berpengaruh terhadap daya beli masyarakat”.

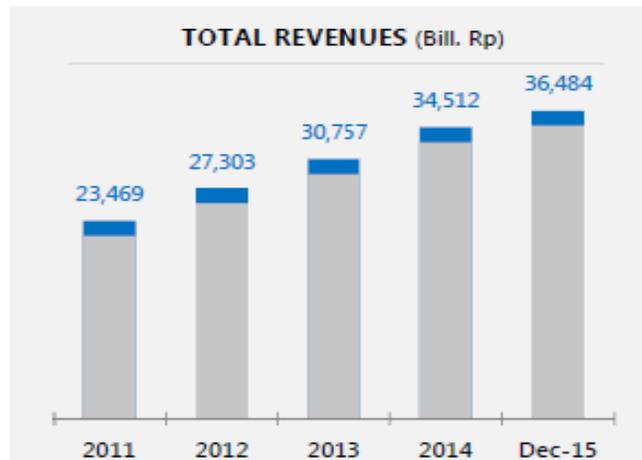
Tabel 1.1 Indeks Harga Konsumen Indonesia

Bulan	2011	2012	2013	2014 ²⁾	2015
	IHK	IHK	IHK	IHK	IHK
Januari	126,29	130,9	136,88	110,99 ²⁾	118,71
Februari	126,46	130,96	137,91	111,28	118,28
Maret	126,05	131,05	138,78	111,37	118,48
April	125,66	131,32	138,64	111,35	118,91
Mei	125,81	131,41	138,6	111,53	119,50
Juni	126,5	132,23	140,03	112,01	120,14
Juli	127,35	133,16	144,63	113,05	121,26
Agustus	128,54	134,43	146,25	113,58	121,73
September	128,89	134,45	145,74	113,89	121,67
Oktober	128,74	134,67	145,87	114,42	121,57
November	129,18	134,76	146,04	116,14	121,82
Desember	129,91	135,49	146,84	119	122,99

Sumber: www.bps.go.id

Berdasarkan tabel 1.1 indeks harga konsumen Indonesia pada tahun 2011 sampai 2013 yang dilakukan pada 66 kota cenderung mengalami peningkatan namun pada tahun 2014 terjadi penurunan karena dilakukan pada 82 kota dan meningkat lagi pada tahun 2015 akan tetapi secara umum daya beli masyarakat Indonesia cenderung meningkat setiap tahunnya maka kebutuhan akan barang konsumsi juga ikut bertambah, hal ini juga akan mempengaruhi perusahaan industry *consumer goods* dalam melakukan penambahan jumlah produksi sehingga kebutuhan barang konsumsi akan dapat terpenuhi. Penambahan jumlah produksi tentu akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam hal bertambahnya jumlah keuntungan dalam melakukan penjualan dan perusahaan *consumer goods* pasti membutuhkan tambahan dana yang didapat dari pinjaman kepada pihak diluar perusahaan atau modal dari dalam perusahaan agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar sehingga berdampak pada nilai perusahaan yang juga akan ikut bertambah.

PT. Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan sektor *consumer goods* yang produknya banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, bahkan setiap hari produk PT. Unilever Indonesia Tbk selalu digunakan seperti *pepsodent*, *lifebuoy*, *pond's* dan *clear*. Hal ini membuat PT. Unilever Indonesia Tbk selalu menjadi perusahaan yang sahamnya selalu diminati oleh para investor.

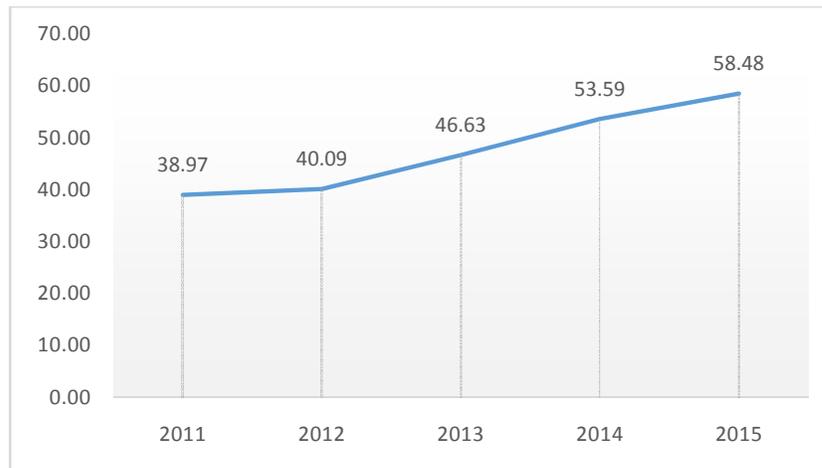


Sumber: www.idx.co.id

Gambar 1.1 Penjualan PT. Unilever Indonesia Tbk

Gambar 1.1 merupakan hasil penjualan PT. Unilever Indonesia Tbk menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Hal ini selaras dengan peningkatan daya beli masyarakat Indonesia yang membutuhkan barang konsumsi.

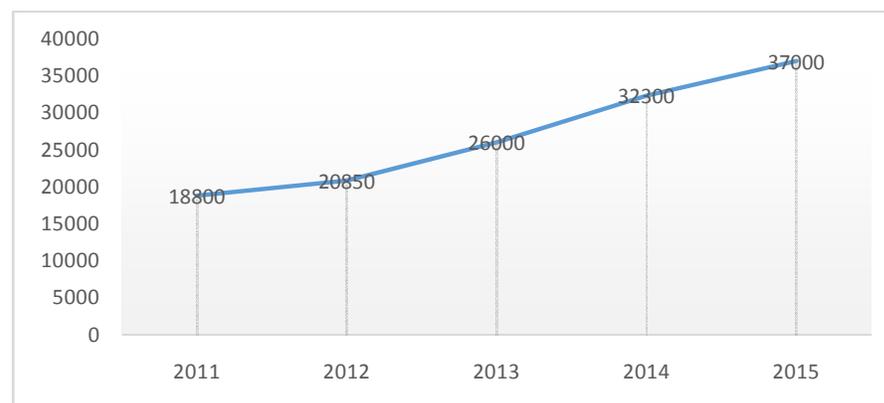
Price to book value merupakan variabel dependen yang akan diteliti oleh peneliti. Semakin besar nilai *price to book value* artinya semakin tinggi apresiasi investor terhadap nilai perusahaan tersebut. Oleh karena itu *price to book value* bisa menjadi salah satu acuan awal investor dalam mengambil keputusan investasi. Berikut merupakan perkembangan *price to book value* pada PT Unilever Indonesia Tbk.



Sumber: data olahan peneliti, 2016

Gambar 1.2 Grafik perkembangan PBV PT Unilever Indonesia Tbk.

Dapat dilihat pada gambar 1.2 grafik perkembangan *price to book value* pada PT Unilever Indonesia Tbk cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2011 sampai tahun 2015, hal ini karena kinerja perusahaan yang baik sehingga pelaku pasar merespon dengan positif yang berdampak pada harga saham yang tinggi. Berikut merupakan perkembangan harga saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

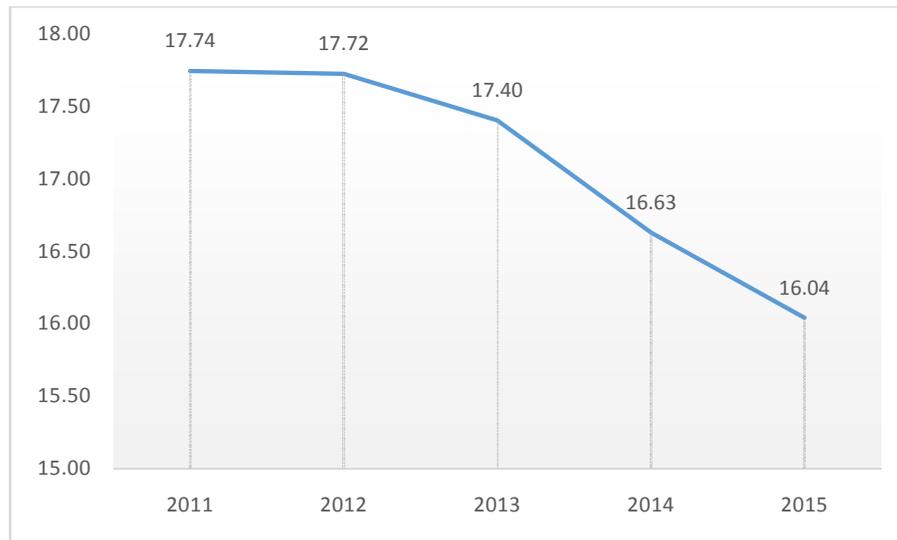


Sumber: data olahan peneliti, 2016

Gambar 1.3 Grafik perkembangan harga saham PT Unilever Indonesia Tbk

Berdasarkan gambar 1.3 bahwa saham PT Unilever Indonesia Tbk cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2011 sampai tahun 2015. Kinerja PT Unilever Indonesia Tbk mendapat respon positif oleh para pelaku pasar sehingga terjadi peningkatan disetiap tahunnya.

Net profit margin merupakan variable independen yang akan diteliti oleh peneliti. Semakin besar *net profit margin* maka kinerja perusahaan akan semakin produktif sehingga akan menambah kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Para investor perlu mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan mengetahui besarnya laba yang di dapat oleh perusahaan, investor dapat menilai perusahaan itu layak atau tidak untuk menanamkan modalnya. Cara menghitung *net profit margin* yaitu *earning after tax* dibagi dengan *net sales*. Penerapan tersebut juga didukung oleh salah satu peneliti yaitu penelitian Apsari(2015) mengatakan *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *price to book value*, sinyal positif ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan tingkat keuntungan dari penjualan yang tinggi dan semakin meningkatkan nilai *price to book value*. Namun ada pendapat berbeda dari Kusumawati(2010) dalam hasil penelitiannya bahwa *net profit margin* tidak memiliki pengaruh terhadap *price to book value*. Berikut merupakan perkembangan *net profit margin* pada PT Unilever Indonesia Tbk.



Sumber: data olahan peneliti, 2016

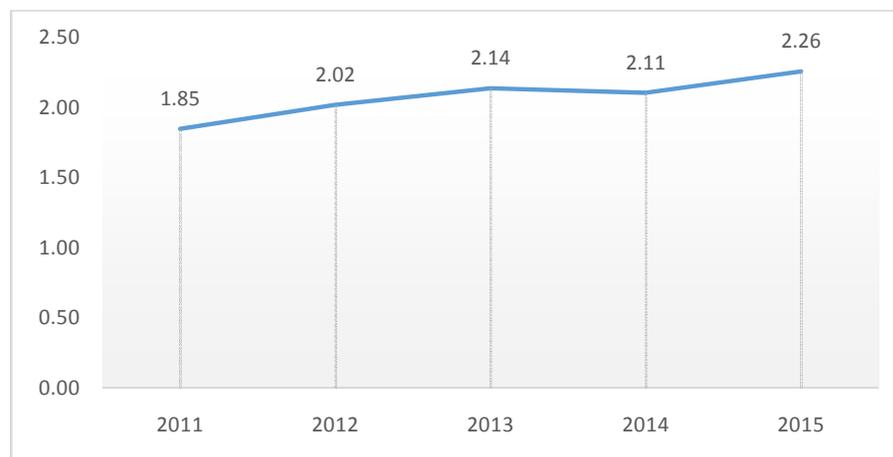
Gambar 1.4 Grafik perkembangan NPMPT Unilever Indonesia Tbk

Berdasarkan gambar 1.4 grafik perkembangan *net profit margin* PT Unilever Indonesia Tbk cenderung mengalami penurunan karena laju biaya-biaya dan beban pajak lebih pesat sehingga tingkat laba bersih yang dihasilkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk cenderung menurun.

Debt to equity ratio merupakan variabel independen yang akan diteliti oleh peneliti. Semakin besar *debt to equity ratio* maka semakin besar hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Para investor perlu mengetahui seberapa besar hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan mengetahui *debt to equity ratio* perusahaan, maka investor dapat menilai perusahaan itu layak atau tidak untuk menanamkan modalnya. Cara menghitung *debt to equity ratio* yaitu *total liabilities* dibagi dengan *total equity*.

Terdapat perbedaan pendapat yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya terhadap *debt to equity ratio* yaitu penelitian Nasehah (2012) mengatakan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh negatif dan signifikan

terhadap *price to book value*, alasan yang mendasari penelitian ini adalah dengan semakin tinggi hutang maka akan menurunkan nilai perusahaan. Namun ada pendapat yang berbeda dari penelitian Putra (2007) mengatakan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *price to book value*, alasan yang mendasari penelitian ini adalah kebijakan hutang bukan dinilai sebagai sesuatu yang mengkhawatirkan bagi perusahaan karena kebijakan menambah hutang dipandang sebagai sebuah sinyal pertumbuhan perusahaan. Perusahaan yang sedang dalam pertumbuhan akan membutuhkan pendanaan yang besar. Hal ini tidak mungkin dapat dipenuhi dengan modal sendiri, sehingga perusahaan memutuskan untuk membentuk modal baru melalui hutang pada pihak ketiga atau kreditor selama tambahan hasil investasi lebih besar daripada tambahan biaya hutang. Berikut perkembangan *debt to equity ratio* pada PT Unilever Indonesia Tbk.

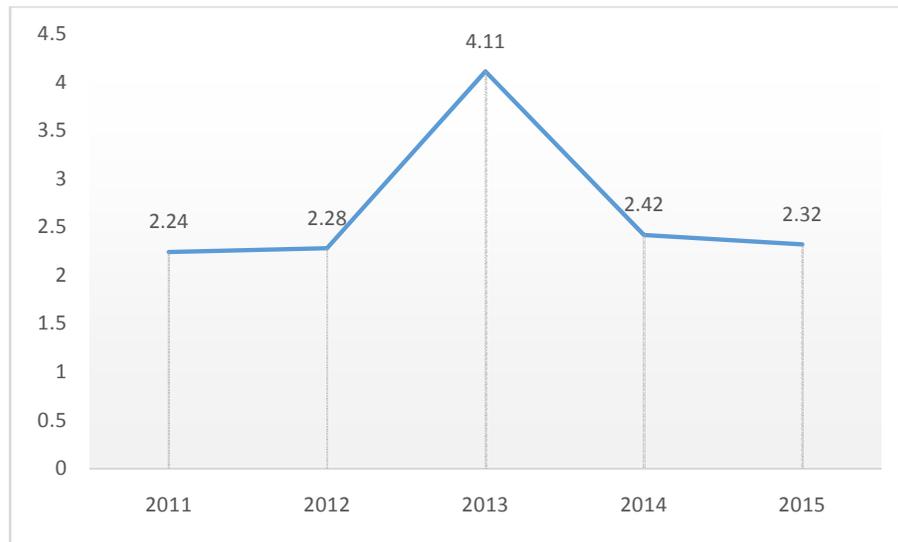


Sumber: data olahan peneliti, 2016

Gambar 1.5 Grafik perkembangan DER PT Unilever Indonesia Tbk

Berdasarkan gambar 1.5 grafik perkembangan *debt to equity ratio* PT Unilever Indonesia Tbk cenderung mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan tingkat pertumbuhan utang PT Unilever Indonesia Tbk cenderung meningkat, akan tetapi PT Unilever Indonesia Tbk merupakan perusahaan manufaktur barang konsumsi yang akan membutuhkan dana atau pinjaman dari pihak diluar perusahaan untuk melakukan kegiatan operasionalnya.

Total assets turnover merupakan variabel independen yang akan diteliti oleh peneliti. Semakin tinggi *total asset turnover* maka kinerja perusahaan semakin baik karena semakin banyak perputaran aktiva yang dilakukan perusahaan dengan melakukan penjualan dapat menghasilkan keuntungan yang diraih oleh perusahaan. Dengan melihat seberapa banyak perputaran aktiva perusahaan maka para investor dapat menilai perusahaan itu layak atau tidak untuk menanamkan modalnya. Cara menghitung *total asset turnover* yaitu *net sales* dibagi dengan *total assets*. Penerapan tersebut selaras dengan penelitian Iffah (2010) yang mengatakan bahwa *total asset turnover* berpengaruh terhadap *price to book value*. Namun terdapat perbedaan pendapat dari penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *total asset turnover* tidak berpengaruh terhadap *price to book value*. Berikut merupakan perkembangan *total asset turnover* pada PT Unilever Indonesia Tbk.



Sumber: data olahan peneliti, 2016

Gambar 1.6 Grafik perkembangan TATOPT Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan gambar 1.6 grafik perkembangan *total asset turnover* PT Unilever Indonesia Tbk cenderung fluktuasi, terlihat pada tahun 2013 terjadi peningkatan dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2015.

Berdasarkan uraian diatas dan penelitian terdahulu maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV, maka judul yang diambil adalah: **“ANALISIS PENGARUH *NET PROFIT MARGIN, DEBT TO EQUITY RATIO, TOTAL ASSETS TURNOVER* TERHADAP *PRICE TO BOOK VALUE* (Studi Empiris Pada Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2015)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka penulis akan melakukan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Terdapat perbedaan pendapat pada variable NPM, DER dan TATO terhadap PBV pada penelitian sebelumnya.
- b. Meningkatnya permintaan barang konsumsi, seiring dengan meningkatnya indeks harga konsumen penduduk Indonesia.
- c. Investor dalam mengambil keputusan tidak melihat laporan keuangan.
- d. Perkembangan PBV, NPM, DER dan TATO cenderung fluktuasi.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu:

- a. Variabel independen yang digunakan hanya *net profit margin*, *debt to equity ratio* dan *total asset turnover* sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu *price to book value*.
- b. Penelitian hanya dilakukan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2011-2015.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *net profit margin* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015?
- b. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *debt to equity ratio* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015?
- c. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *total assets turnover* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015?
- d. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *net profit margin, debt to equity ratio, total assets turnover* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *net profit margin* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015.

- b. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *debt to equity ratio* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015.
- c. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *total assets turnover* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015.
- d. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *net profit margin*, *debt to equity ratio*, *total assets turnover* terhadap *price to book value* pada perusahaan *consumer goods* periode tahun 2011-2015.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pihak akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para akademisi dalam mengembangkan penelitian dimasa yang akan datang, serta dapat digunakan sebagai bahan referensi khususnya dibidang ekonomi, menambah pengetahuan dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya dengan kajian yang sama.

- b. Pihak Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak manajemen perusahaan sebagai bahan referensi untuk tetap menjaga dan meningkatkan kinerja perusahaannya.

c. Pihak investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.