

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sebagai sebuah entitas ekonomi, didirikan nya sebuah perusahaan tentu didasari dan ditujukan untuk sebuah tujuan yang hendak dicapai. Dalam hal ini tujuan perusahaan yang dimaksudkan adalah tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Pada dasarnya, tujuan jangka pendek sebuah perusahaan didirikan adalah untuk memperoleh laba melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sedangkan untuk jangka panjang, sebuah perusahaan didirikan dengan tujuan meningkatkan *value* perusahaan guna kemakmuran semua elemen perusahaan salah satunya para pemegang saham.

Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan usaha yang ketat pula, menuntut perusahaan untuk bisa unggul serta mampu bertahan pada persaingan usaha tersebut. Salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan guna mampu bersaing dan bertahan di tengah persaingan bisnis adalah dengan terus meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat tercerminkan melalui nilai perusahaan sebab nilai perusahaan merupakan salah satu tolak ukur ataupun sebagai interpretasi yang menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam hal ini kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada.

Melansir berita inews.id (2020), pasar modal Indonesia tumbuh signifikan di angka 22% dari tahun 2019. Jumlah investor di tahun 2020 mencapai 3,02 juta

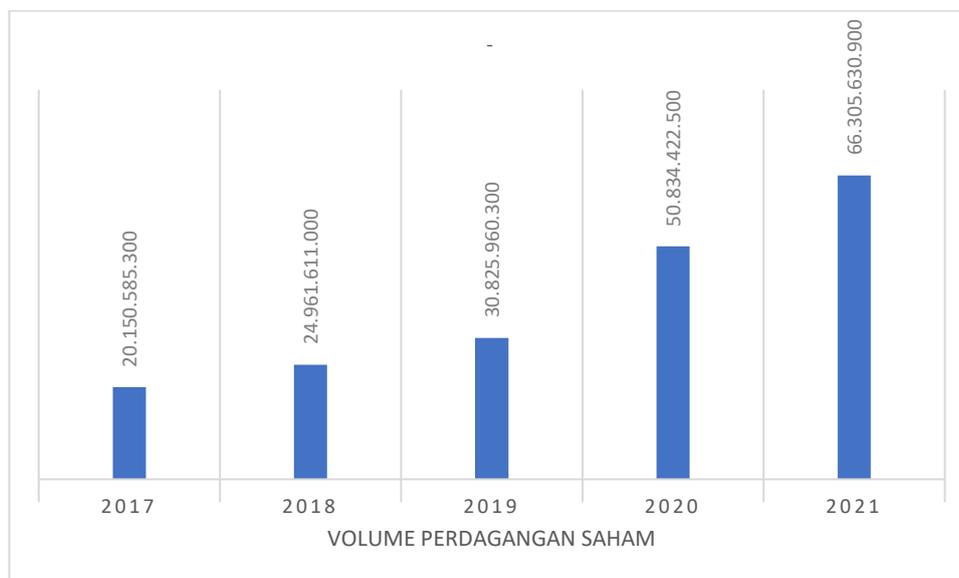
meski terdampak Covid-19. Kemudian, CNBC Indonesia (2021) melansir bahwa aktivitas perdagangan BEI di tahun 2020 juga mengalami peningkatan yang tercermin melalui rata-rata frekuensi perdagangan yang meningkat sampai 32% menjaadi 619 ribu kali per hari di Bulan November 2020 dan rata-rata nilai transaksi harian (RNTH) mencapai nilai Rp. 9, 18 triliun. Masih dengan berita yang sama, dikatakan bahwa kenaikan jumlah transaksi tersebut sejalan dengan pertumbuhan investor di pasar modal yang juga mengalami peningkatan sebesar 56% sampai Desember 2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk berinvestasi sangat tinggi. Tingginya minat investasi masyarakat harus didukung oleh peningkatan perusahaan, sebab investor akan tertarik dengan perusahaan yang memiliki kinerja yang baik yang dapat dilihat melalui nilai perusahaan dan melakukan analisis sebelum menanamkan dana pada suatu perusahaan. Hal tersebut diharapkan mampu mengurangi risiko kerugian di masa mendatang (Sintyana & Artini, 2019).

Sujoko dan Soebiantoro (2007) dalam Vieza dan Hapsari (2015) mengemukakan bahwa nilai perusahaan berkaitan dengan harga pasar karena hal tersebut menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan di mata investor. Sehingga, ketika harga saham suatu perusahaan meningkat, menunjukkan bahwa nilai perusahaan juga meningkat. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator tentang bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan, tinggi nya nilai perusahaan menunjukkan bahwa tingkat kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Hernomo, 2017). Kemudian Sudana (2015 : 9) mengemukakan bahwa “Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang

diharapkan diterima pada masa yang akan datang”. Keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan sangat diperhatikan bagi seorang investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Dalam berinvestasi, para investor pasti menginvestasikan sejumlah dananya kepada perusahaan yang sudah terpercaya yang dapat dilihat melalui reputasi perusahaan atau nilai perusahaan. Harga saham yang mencerminkan nilai suatu perusahaan menunjukkan bahwa apabila harga saham mengalami penurunan maka nilai perusahaan di mata investor juga begitu. *Price to Book Value* (PBV) digunakan untuk memproksikan nilai perusahaan. Disebutkan bahwa *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang mampu memproksikan nilai perusahaan sebab rasio ini menunjukkan seberapa jauh nilai perusahaan yang mampu diciptakan. Semakin tinggi nilai rasio ini menunjukkan bahwa pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut (Suffah & Riduwan, 2016).

Perusahaan *consumer non-cyclicals* merupakan salah satu sektor dari klasifikasi industri yang mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen dan bersifat anti-siklis atau barang primer/dasar sehingga permintaan barang dan jasa ini tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan pada sektor ini menjadi salah satu perusahaan yang paling diminati (ksei, 2022). Berikut data volume perdagangan saham perusahaan *consumer non-cyclicals* selama kurun waktu enam tahun terhitung dari tahun 2017-2015.



Sumber: Yahoo Finance 2022 (data diolah kembali)

Gambar 1. 1 Volume Perdagangan Saham Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals*

Dapat diketahui bahwa pada gambar 1.1 merepresentasikan volume perdagangan saham perusahaan *consumer non-cyclicals* tahun 2017-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Volume perdagangan saham adalah jumlah transaksi yang diperdagangkan pada waktu/hari tertentu. Naiknya volume perdagangan menunjukkan kenaikan aktivitas jual beli investor di Bursa. Semakin meningkat penawaran dan permintaan suatu saham akan berdampak pada pergerakan harga saham, begitu pun sebaliknya. Maka, semakin meningkat volume perdagangan saham maka semakin diminati saham tersebut (Mengga & Batara, 2021). Gambar 1.1 menunjukkan bahwa volume perdagangan saham pada perusahaan tersebut terus meningkat setiap tahun nya. Terjadi kenaikan sebesar 23,9% dari tahun 2017 sampai 2018. Kemudian di tahun 2018 sampai 2019 mengalami kenaikan di angka 23,5%. Lalu peningkatan sampai di angka 64,9% terjadi di tahun 2019 sampai 2020. Kemudian di tahun 2020 sampai 2021 terjadi

kenaikan sebesar 30,4%. Hal ini menunjukkan ketertarikan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Disamping itu, perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* ini mempunyai peluang yang baik di masa depan karena keberadaannya tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi dan barang yang ditawarkan juga merupakan barang sehari-hari yang dibutuhkan masyarakat. Tentu saja permintaan dan penawaran pasar terhadap saham tersebut berperan penting dalam kenaikan volume perdagangan saham. Volume perdagangan saham yang meningkat merepresentasikan minat masyarakat terhadap saham tersebut terutama para investor (Nasution, 2016).

Pada tahun 2018 di lansir oleh www.cnbcindonesia.com bahwa berdasarkan survei Bank Indonesia (BI) indeks penjualan riil mengalami kelesuan pertumbuhan yang sejalan dengan melambatnya pertumbuhan industri barang konsumsi. Survei ini bertujuan guna mengetahui tingkat konsumsi masyarakat yang secara tidak langsung merepresentasikan daya beli masyarakat saat itu. Diketahui bahwa pada tahun 2017, industri tersebut hanya tumbuh 2,7%, dibandingkan pertumbuhan 11% CAGR dari tahun 2003 hingga 2017. Perlambatan tersebut tercermin dari kinerja beberapa emiten yang melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI), seperti PT. Unilever Indonesia Tbk/UNVR yang kinerjanya anjlok hingga 19,7%, PT. CBP Sukses Makmur Tbk/ICBP sahamnya tergelincir 3,57% dan PT. Kalbe Farma Tbk/KLBF juga merosot 20,23%.

Kemudian fenomena lain yang ditemukan, detikfinance.com melansir bahwa daya beli masyarakat Indonesia masih sangat rendah di tahun 2020, tercermin dari tingkat konsumsi rumah tangga. Badan Pusat Statistik (BPS)

mencatat realisasi konsumsi rumah tangga nasional berada di level minus 2,63% selama tahun 2020. Suhariyanto mengatakan “Pada kuartal IV-2020 tingkat konsumsi rumah tangga berada di level minus 3,61%. Angka ini lebih rendah dibandingkan kuartal III yang minus 4,05% dan kuartal II yang minus 5,52%, serta jauh lebih rendah dibandingkan kuartal I yang positif 2,83%.” Daya beli masyarakat adalah kemampuan seseorang (konsumen) atau masyarakat dalam membeli dan mendapatkan barang yang mereka butuhkan. Dengan demikian, apabila daya beli masyarakat menurun dapat mengindikasikan bahwa penjualan perusahaan pada sektor bersangkutan menurun yang akan berdampak pada profitabilitas dan mempengaruhi nilai perusahaan.

Dalam kaitannya dengan keberlangsungan operasionalisasi perusahaan, laba menjadi salah satu tujuan yang hendak dicapai. Sebab, dalam melangsungkan aktivitas operasinya, perusahaan haruslah berada dalam kondisi *profitable* (menguntungkan). Tanpa adanya keuntungan, maka perusahaan akan sulit mendapatkan pembiayaan modal dari luar. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor, sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Ali et al., 129 : 2021).

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari melalui pemanfaatan asset, modal dan penjualan sehingga mampu mempengaruhi persepsi investor terhadap prospek perkembangan perusahaan di masa mendatang (Jaya, 2020). Tingkat profitabilitas yang tinggi merepresentasikan kondisi perusahaan yang baik, sebab perusahaan yang mampu membukukan laba yang meningkat mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang

baik sehingga respon positif dari investor dapat diciptakan dan membuat harga saham perusahaan meningkat (Sari & Abundanti, 2014). Selain itu, semakin tinggi profitabilitas maka keberlangsungan hidup perusahaan akan lebih terjamin. Keuntungan yang tinggi akan berdampak pada banyaknya investasi pada saham perusahaan tersebut yang akan berpengaruh terhadap harga saham dan nilai perusahaan (Zurriah, 2021).

Return On Equity (ROE) sebagai proksi dari profitabilitas mampu menunjukkan tingkat pengembalian investasi pemegang saham (Ernawati & Widayawati, 2015). *Return On Equity* (ROE) digunakan untuk mengukur perolehan laba bersih atas pengelolaan investasi modal pemilik. Angka *Return On Equity* (ROE) yang semakin tinggi mengindikasikan bahwa tingkat pengembalian investasi semakin tinggi (Dini & Indarti, 2012 dalam Hidayat, 2019). Kemudian Sari (2017) juga menegaskan bahwa rentabilitas modal sendiri menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan atas modalnya. Sehingga semakin tinggi *Return On Equity* (ROE) maka semakin tinggi kepercayaan investor dan cenderung akan meningkatkan harga saham. Dengan demikian, harga saham menunjukkan nilai perusahaan yang tinggi dan hal tersebut berdampak pada kemakmuran pemegang saham. Didukung oleh penelitian Suffah & Riduwan (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun bertentangan dengan penelitian Ilham Thaib & Acong Dewantoro (2017 : 40) yang juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kemudian, manajer keuangan dalam sebuah perusahaan harus mampu menghimpun modal untuk keberlangsungan kegiatan operasi sebuah perusahaan. Kebutuhan pendanaan modal dapat dipenuhi melalui berbagai sumber, modal itu sendiri bisa berasal dari modal sendiri atau melalui utang. Setiap keputusan yang dipilih untuk setiap pendanaan baik internal maupun eksternal harus dapat mempertimbangkan setiap manfaat dan biaya dari sumber dana yang dipilih (Indriyani, 2017 : 334). Bagaimana kombinasi antara modal sendiri dan utang akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan, terutama apabila perusahaan terlalu besar dalam penggunaan utang sehingga beban yang ditanggung perusahaan juga besar.

Dalam rangka meningkatkan keuntungan, penggunaan utang menjadi salah satu alat yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan modal. Utang ini bisa berasal dari bank atau pembiayaan lain. Perusahaan yang memiliki beban utang atau bisa dikatakan terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan utang dianggap tidak sehat sebab hal ini dapat menurunkan laba dan mempengaruhi penilaian pasar (Sari Abundanti, 2014 : 1428). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah akan mengurangi risiko perusahaan atas kondisi *extreme leverage* yaitu kondisi suatu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit keluar dari beban utang tersebut (Sofiatin et al., 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian (Ernawati & Widyawati, 2015 : 25) yang menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif sebab perusahaan dengan *leverage* tinggi, maka cenderung resiko investasi akan tinggi pula. Dengan resiko investasi yang tinggi tentunya para investor juga akan berfikir dua kali untuk menanamkan modalnya. Sehingga *leverage* yang tinggi akan

menurunkan nilai perusahaan. Didukung oleh penelitian Marinda & Wahidahwati (2019) yang juga menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sebab investor cenderung memiliki pandangan negatif terhadap utang yang besar dan cenderung berinvestasi pada perusahaan yang memiliki resiko utang yang rendah. *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan untuk memproksikan *leverage*.

Namun pendapatan lain menyatakan bahwa *leverage* yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebagaimana hasil penelitian Rahmawati & Rinofah (2021) bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebab biaya bunga utang bisa mengurangi pembayaran pajak serta penggunaan utang akan meningkatkan nilai perusahaan karena disaat utang naik biasanya digunakan untuk pendanaan kebutuhan perusahaan (Febrianti, 2012). Hasil penelitian ini mendukung *signalling theory* yang mana dengan meningkatnya *leverage* memberikan dua sinyal yaitu *good news* dan *bad news* yang dalam penelitian tersebut memberi sinyal baik sebab pada kondisi tersebut investor dan calon investor menganggap bahwa perusahaan sedang mengalami perkembangan dan memerlukan tambahan dana. Di dukung oleh penelitian Suwardika & Mustanda (2017) yang juga menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dalam keputusannya menginvestasikan sejumlah dana terhadap sebuah perusahaan, tentu pengembalian atas investasi tersebut menjadi tolak ukur dalam menentukan atau memutuskan investasi. Dividen sebagai salah satu bentuk pengembalian perusahaan kepada para pemegang saham dijadikan sebagai tolak ukur investor dalam berinvestasi. Besar kecilnya dividen yang dibagikan akan

mempengaruhi nilai perusahaan di mata pasar dan besarnya dividen menggambarkan kemakmuran pemegang saham dan menurut *Bird In The Hand*, investor lebih menyukai pengembalian yang berasal dari dividen dibandingkan dengan *capital gain* (Hernomo, 2017). Untuk memproksikan kebijakan dividen digunakan rasio *Dividend Payout Ratio* (DPR).

Besar kecilnya dividen yang akan dibagikan bergantung pada kebijakan dividen yang diputuskan oleh perusahaan. Kebijakan dividen didefinisikan sebagai suatu keputusan seberapa besar bagian dari perolehan atas laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham (Suffah & Riduwan, 2016). Dikatakan bahwa semakin besar pembayaran dividen dianggap sebagai sinyal positif untuk mendapatkan keuntungan bagi investor dan menunjukkan perkembangan perusahaan di masa mendatang sehingga nilai perusahaan akan meningkat di mata investor Mardiyati (2012) dalam Vaeza & Hapsari (2015). Hal ini sejalan dengan penelitian Sofiatin (2020) yang menyimpulkan bahwa kebijakan dividen mampu memberikan nilai perusahaan sebab semakin tinggi dividen maka minat investor untuk berinvestasi semakin tinggi pula. Kemudian di dukung oleh penelitian Putra & Lestari (2016) yang menyimpulkan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh ke arah positif terhadap nilai perusahaan sebab investor cenderung menyukai perusahaan yang membagikan dividen karena adanya kepastian akan *return* atas investasi yang dilakukan. Semakin besar dividen yang dibagikan maka kinerja perusahaan dianggap baik dan perusahaan yang dianggap memiliki kinerja yang baik akan dianggap menguntungkan, sehingga penilaian terhadap perusahaan tersebut akan membaik yang dapat tercermin dari tingkat harga saham perusahaan.

Sehingga berdasarkan pemaparan atas fenomena dan juga inkonsistensi dari beberapa penelitian sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang mana sektor ini merupakan salah satu sektor dari penerapan klasifikasi industri terbaru dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dinamakan dengan *IDX Industrial Classification (IDX-IC)* yang diluncurkan tanggal 25 Januari 2021 sehingga penelitian pada sektor ini masih belum banyak. Maka dari itu, judul yang penulis tetapkan untuk penelitian ini yaitu **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Survei Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021).”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage* dan kebijakan dividen baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan kebijakan dividen baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Secara teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan sumbangan pemikiran terhadap pembahasan mengenai rasio keuangan, kebijakan dividen dan nilai perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan wawasan, pengetahuan serta pengalaman yang berharga dalam setiap proses ketika memahami serta mempelajari ilmu terkait penelitian ini.

2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat dijadikan bahan diskusi dan pertimbangan dalam menjaga nilai perusahaan.
3. Bagi Akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi tambahan literatur dalam menunjang perkuliahan dalam mata kuliah pasar modal. Kemudian sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang khususnya yang melakukan penelitian mengenai nilai perusahaan dengan variabel yang sama yang digunakan pada penelitian ini.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021. Dengan data yang diperlukan untuk penelitian ini diambil dari *website* masing-masing perusahaan dan situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan alamat *website* www.idx.co.id.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini terhitung dilakukan pada bulan September 2022 sampai dengan bulan Mei 2023 (Tabel terlampir di halaman 122).