

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

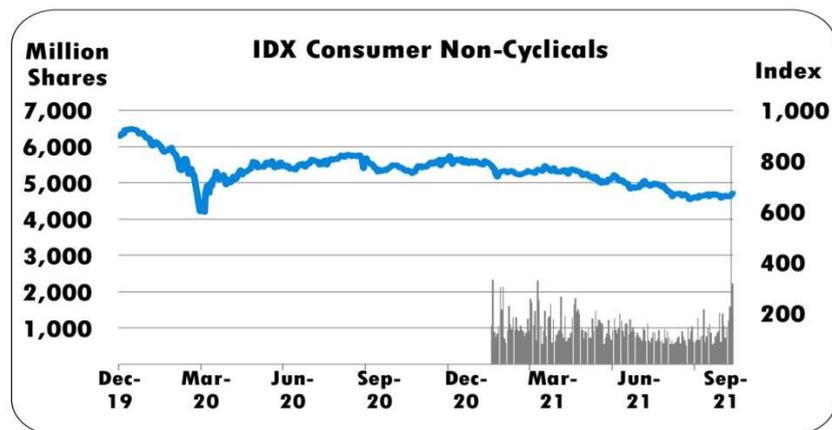
### **1.1 Latar Belakang**

Pasar modal sebagai sarana investasi yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan investasi dengan cara transaksi jual beli instrumen pasar modal seperti saham dan obligasi. Pasar modal merupakan suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Penjual dalam pasar modal merupakan perusahaan yang membutuhkan modal (emiten), sehingga perusahaan berusaha untuk menjual efek-efek di pasar modal. Sedangkan pembeli (investor) adalah pihak yang ingin membeli modal di perusahaan yang menurut investor menguntungkan (Kasmir 2017:182).

Pada saat ini telah banyak perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan begitu akan mempermudah daya tarik masyarakat untuk melakukan investasi dengan cara mengalokasikan dananya pada perusahaan yang menurutnya memiliki prospek yang baik kedepannya. Investasi merupakan kegiatan menanamkan modal dengan tujuan agar mendapat keuntungan di masa depan. Investor yang merupakan pihak terlibat dalam kegiatan investasi menyadari bahwa pentingnya investasi karena dapat menguntungkan di masa yang akan datang. Hal tersebut dapat menjadi suatu tantangan bagi masing-masing perusahaan agar mampu bersaing dalam hal ketertarikan investor.

Dengan adanya persaingan yang semakin meningkat maka perusahaan perlu memiliki strategi untuk meningkatkan prospek perusahaan dimasa depan. Salah satu caranya yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan

merupakan penilaian yang dilakukan oleh investor secara kolektif mengenai kinerja suatu perusahaan, baik itu kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan, Brealey *et al.*, 2007 (dalam Indrarini, 2019:15) Nilai perusahaan ini menggambarkan persepsi investor terhadap keseluruhan ekuitas yang dimiliki dan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi mampu menciptakan dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Namun tidak semua perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk meningkatkan kinerja dan prospek perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Salah satu yang terjadi saat ini adalah yang sedang dialami oleh perusahaan sektor barang konsumen primer.



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

**Gambar 1.1**

*Idx Quarterly Statistic 2021, Consumer Non Cyclicals 2019-2021*

Berdasarkan gambar 1.1 dari data indeks saham pada sektor barang konsumen primer (*consumer non cyclicals*) selama 3 tahun dapat dilihat bahwa penurunan indeks saham yang paling signifikan terjadi pada bulan Maret 2020, Juni 2021 dan September tahun 2021.

Hal ini tercermin dari data Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatat bahwa sektor barang konsumen primer (*consumer non cyclicals*) ini melemah 7,43% ytd. Menurut Kepala Riset NH Korindo Sekuritas Anggaraksa Atismunandar mencermati, bahwa sektor barang konsumen primer yang didominasi oleh saham-saham berkapitalisasi pasar besar memang cenderung tertekan sejak awal tahun. "Untuk barang konsumen primer itu banyak di saham-saham *bigcaps* yang notabene yang tahun ini belum naik terlalu banyak," jelasnya kepada Kontan.co.id, Senin (18/10/2021). Sebenarnya, penguatan pada saham-saham *bigcaps* terjadi dalam beberapa waktu terakhir. Akan tetapi, hal tersebut belum dapat mengangkat kinerja sektor barang konsumen primer dari zona merahnya. Beberapa saham *bigcaps* yang tercatat dalam sektor ini diantaranya ada UNVR dan HMSP. Adapun pergerakan saham UNVR melorot 30,95% ytd, sementara HMSP menurun 23,26% ytd. Penguatan saham-saham *bigcaps* yang terjadi dalam beberapa waktu terakhir tidak terlepas dari rotasi pergerakan saham di bursa yang cenderung melirik saham-saham jumbo menjelang akhir tahun. Di sisi lain adapun daya beli masyarakat masih kurang kuat jika berkaca dari data terakhir inflasi. Ini menjadi sentimen penekan terhadap saham-saham *consumer staples* dalam sektor ini. (Kontan.co.id, 2021)

Dengan begitu fenomena tersebut akan menyebabkan kurangnya ketertarikan investor dalam menanamkan modalnya. Karena investor beranggapan bahwa perusahaan yang harga sahamnya tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang baik karena dianggap mampu memakmurkan para pemegang saham (Limanjaya & Tanusdjaja, 2021:1200). Oleh sebab itu perusahaan

harus mampu menunjukkan kinerja perusahaan yang baik agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan kepemilikan institusional.

Menurut Wiagustini (2014) (dalam Wildan & Fitria, 2022:2) *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang atau dengan kata lain mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, maka akan berdampak pada tingkat ketergantungan yang besar terhadap pihak kreditur untuk membiayai aktivitas perusahaan. Jika suatu perusahaan dapat menggunakan utangnya dengan baik maka akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan yang lebih tinggi yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya jika penggunaan utang kurang baik maka akan berpengaruh pada penurunan pendapatan perusahaan yang nantinya dapat menurunkan nilai perusahaan. Sehingga pengelolaan *leverage* ini sangat penting karena dapat berpengaruh pada pandangan investor terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Sriwahyuni dan Wihandaru (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Didukung pula dengan penelitian Wardhany *et al.*, (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun beberapa penelitian mengungkapkan sebaliknya, diantaranya penelitian Arastika dan Khairunnisa (2020) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Muharramah dan Zulman juga menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan *go public* dapat dikategorikan ke dalam perusahaan besar atau perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan yang pesat sehingga pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang terus tumbuh umumnya akan memiliki prospek yang baik dengan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik pula sehingga hal ini akan lebih menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Pertumbuhan perusahaan dapat didefinisikan sebagai suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Suwardika & Mustanda, 2017:1254). Dalam penelitian Suastini *et al.*, (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian Ramdhonah *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun beberapa mengungkapkan sebaliknya, diantaranya penelitian Nursanita *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Santoso dan Irawati (2022) juga menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Struktur kepemilikan merupakan berbagai macam pola dan bentuk dari kepemilikan yang terdapat di suatu perusahaan atau persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemegang saham internal maupun eksternal, yang mana struktur kepemilikan ini sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan (Robertus, 2016:69). Struktur kepemilikan dalam mekanisme tata kelola perusahaan yang baik adalah adanya kepemilikan institusional yang merupakan kepemilikan saham oleh

suatu lembaga yang mempunyai kepentingan besar terhadap investasi yang dilakukannya, yang mana lembaga tersebut berupa lembaga pemerintah, lembaga keuangan, perusahaan dan dana pensiun, Shen (2006) (dalam Robertus, 2016:78).

Dengan adanya kepemilikan institusional maka tingkat pengawasan dari berbagai pihak terhadap kondisi suatu perusahaan meningkat. Adanya sistem kerja sama dengan pihak lain maka akan memastikan kondisi perusahaan menjadi lebih baik. Meningkatnya tingkat kepemilikan institusional akan mengakibatkan pengawasan yang lebih tinggi oleh investor institusional (Arfazil & Saputra, 2021:162). Sehingga dengan adanya pengawasan yang dilakukan dapat mengurangi tindakan kecurangan yang dilakukan oleh internal perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian Meswari *et al.*, (2020) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian Lestari (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun beberapa mengungkapkan sebaliknya, diantaranya penelitian Sahara *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Hardiansyah dan Nur (2020) menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sehingga berdasarkan fenomena dan *research gap* dari penelitian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer periode 2017-2021”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Institusional, serta Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
2. Bagaimana pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan dan Kepemilikan Institusional secara parsial serta simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi oleh penulis, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mengenai *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Institusional, serta Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
2. Untuk mengetahui mengenai pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Perusahaan dan Kepemilikan Institusional secara parsial serta simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

## **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu**

Dalam hal pengembangan ilmu penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta membandingkan antara teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya terjadi. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat melengkapi teori yang telah ada dalam meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai referensi bagi para peneliti selanjutnya.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi penulis, dapat memperdalam pemahaman khususnya yang menjadi fokus penelitian, sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang berharga mengenai pentingnya meningkatkan nilai perusahaan dan cara meningkatkan nilai perusahaan.
3. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk para investor yang akan berinvestasi, berkenaan dengan informasi perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi.
4. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian berikutnya yang dapat menarik perhatian untuk meneliti dibidang kajian yang sama di waktu yang akan datang.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Dalam Penelitian ini, penulis memilih perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Data tersebut dapat diakses melalui website resmi Bursa Efek Indonesia.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih satu semester sesuai dengan kalender akademik 2023. Dengan rincian kegiatan penelitian seperti pada lampiran 1.