

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya semakin maju tingkat perkembangan di dunia perindustrian suatu negara maupun daerah, maka akan semakin banyak pula jumlah dan jenis industrinya. Semakin pesatnya ekonomi global saat ini akan menimbulkan persaingan antar industri atau usaha yang semakin pesat, terlebih lagi didukung oleh majunya teknologi komunikasi dan informasi bahkan perubahan lingkungan eksternal yang sangat cepat sehingga mendorong para pesaing bisnis untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaannya. Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, khususnya perusahaan barang konsumsi, membuat persaingan industri atau perusahaan untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan bisa tercapai dalam satu periode di masa yang akan datang.

Perusahaan barang konsumsi yaitu perusahaan yang memproduksi barang-barang yang dibutuhkan manusia dalam kehidupan sehari-harinya. Perusahaan barang konsumsi ialah perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi barang jadi, kemudian menjual barang yang sudah jadi tersebut. Kegiatan khusus dalam perusahaan barang konsumsi adalah pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Perusahaan barang konsumsi memiliki beberapa fungsi yaitu fungsi produksi dimana mengolah bahan mentah atau bahan belum jadi menjadi barang jadi yang siap dipasarkan ke konsumen. Fungsi pemasaran dimana bertujuan untuk memperoleh

keuntungan dengan menjual produk yang telah dihasilkan. Perusahaan manufaktur memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, dalam kontribusinya yang besar terhadap penciptaan output nasional dan penyediaan lapangan pekerjaan namun tidak hanya dalam sumbangannya terhadap output nasional, adopsi teknologi maju dan partisipasi kegiatan industri manufaktur nasional dalam perekonomian global juga berperanan besar dalam modernisasi industrialisasi di Indonesia. Perusahaan barang konsumsi ialah industri yang menghasilkan produk konsumtif yang disukai masyarakat seperti makanan dan minuman, obat-obatan, dan lain-lain.

Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran atau pandangan dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan adalah salah satu konsep penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai investasinya. Dalam menginvestasi investor tidak sembarangan memilih perusahaan. Nilai perusahaan menjadi hak penting untuk perusahaan, mengingat investor lebih tertarik dengan kinerja perusahaan yang baik **(Febriani Reni, 2021)**. Harga saham yang tinggi menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi, dengan begitu kemakmuran investor pun ikut tinggi. Menurut Ernawati dan Widyawati, Nilai perusahaan merupakan salah satu faktor berpengaruh dan pendukung penanam modal (*investor*) untuk menanamkan kepemilikan harta atau modal pada perusahaan. Memaksimalkan kekayaan investor adalah tujuan setiap perusahaan, maka peningkatan nilai perusahaan ialah salah satu kuncinya. Nilai perusahaan juga menggambarkan seberapa

baik atau buruk manajemen mengelola kekayaan suatu perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang didapatkan oleh perusahaan. Perusahaan akan selalu berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ditandai dengan naiknya harga saham di pasar. Di tengah persaingan global yang semakin lama semakin ketat, perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor untuk dapat menarik investor untuk berinvestasi. Nilai perusahaan menjadi hal yang penting dan tentunya membuat perusahaan terus berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan **(Nathanael & Panggabean, 2021)**. Alat ukur yang digunakan dalam mengetahui nilai perusahaan ialah PBV (*Price To Book Value*) dimana membandingkan harga per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Hal ini dikarenakan PBV lebih mudah dipahami oleh calon investor, karena mempertemukan langsung antara nilai pasar saham dengan aset yang dimiliki. PBV juga cenderung lebih stabil dalam penggunaan waktunya, sehingga dapat digunakan untuk menganalisis nilai perusahaan jangka panjang. Dalam situasi perusahaan yang mengalami krisis atau situasi pasar yang tidak menentu, PBV dapat memberikan wawasan yang lebih jelas tentang nilai intrinsik perusahaan berdasarkan asetnya.

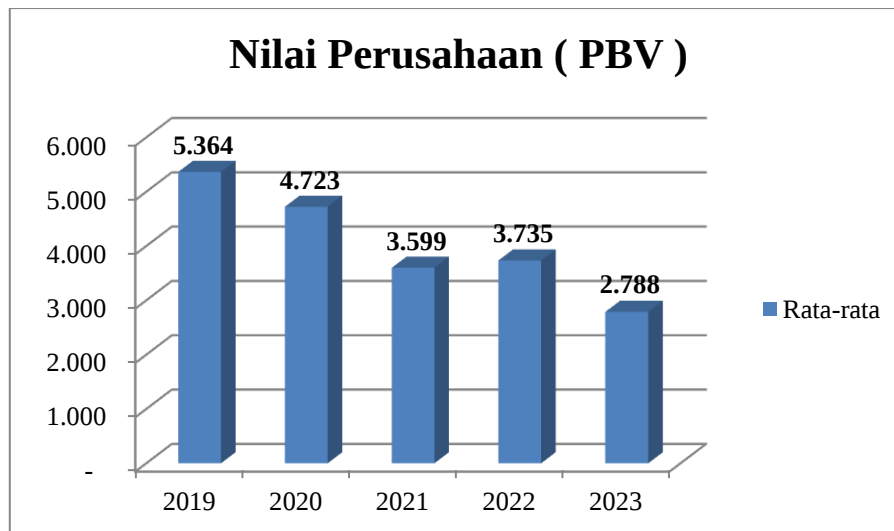
Tabel 1. 1
Data PBV Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI Periode
Tahun 2019-2023

No	Kode	Tahun				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	AALI	1.478	1.232	0.864	0.694	0.614
2	ADES	1.086	1.229	2.001	3.171	3.299
3	AMRT	5.308	4.350	5.351	9.593	7.747
4	BISI	1.360	1.257	1.094	0.509	1.393
5	BUDI	0.361	0.337	0.580	0.704	0.853
6	CEKA	0.878	0.842	0.806	0.760	0.668

7	CPIN	5.101	4.582	3.879	3.519	3.049
8	DLTA	4.486	3.454	2.964	3.064	3.025
9	DSNG	1.307	1.038	0.754	0.779	0.662
10	GGRM	2.002	1.348	0.993	0.599	0.643
11	HMSP	6.846	5.789	3.845	3.468	3.485
12	ICBP	4.875	2.219	1.854	2.029	1.986
13	INDF	1.284	0.760	0.641	0.631	0.564
14	JPFA	1.572	1.505	1.539	1.112	0.977
15	LSIP	1.192	1.010	0.794	0.633	0.535
16	MLBI	28.498	14.258	14.952	17.570	11.375
17	MYOR	4.630	5.376	4.015	4.355	3.643
18	ROTI	2.601	2.607	2.953	3.046	2.972
19	SDPC	0.514	0.578	0.731	1.634	0.725
20	SKBM	0.683	0.581	0.628	0.609	0.509
21	SKLT	29.236	26.563	30.850	22.800	2.384
22	SMAR	1.088	0.952	0.869	0.739	0.602
23	SSMS	1.978	2.444	1.505	2.173	5.002
24	STTP	2.744	4.655	2.996	2.551	2.519
25	TBLA	1.118	0.957	0.738	0.613	0.511
26	TGKA	3.200	4.180	3.652	3.188	2.692
27	ULTJ	3.432	3.866	3.530	2.927	2.764
28	UNVR	60.672	56.792	36.285	44.857	39.828
29	WIIM	0.341	0.956	0.682	0.881	2.018
30	CLEO	7.908	6.706	5.631	5.620	5.625
31	CAMP	2.353	1.848	1.669	1.913	2.483
32	GOOD	4.029	3.238	6.392	5.780	4.059
33	KEJU	3.236	4.610	3.034	3.049	2.583
34	UCID	1.790	1.359	1.228	0.881	0.747
35	CSRA	0.811	1.347	1.312	1.213	0.868
36	DMND	2.725	1.871	1.651	1.426	1.323
37	ACES	5.406	5.632	3.982	1.434	1.996
38	BAYU	0.952	0.989	0.875	0.845	1.161
39	BMTR	0.307	0.231	0.176	0.173	0.161
40	CSAP	1.017	0.838	0.964	1.456	0.982
41	ERAA	1.150	1.230	1.481	0.868	0.836
42	GEMA	1.325	1.493	1.451	1.226	1.117
43	INDS	0.587	0.512	0.548	0.428	0.468
44	KPIG	0.475	0.367	0.310	0.247	0.226
45	LPIN	0.398	0.335	1.758	0.544	0.484
46	MICE	0.303	0.260	0.335	0.423	0.392
47	MNCN	1.858	1.186	0.773	0.559	0.278

48	MPMX	0.408	0.349	0.816	0.808	0.767
49	SCMA	3.783	7.435	2.762	1.495	1.270
50	SMSM	3.513	3.011	2.690	2.663	3.165
51	BOGA	11.834	12.007	11.374	10.270	9.252
52	WOOD	1.598	1.166	1.467	0.607	0.425
53	HRTA	0.760	0.828	0.644	0.540	0.812
54	MSIN	1.514	0.602	10.554	26.136	6.324
55	MAPA	5.007	2.317	2.232	2.447	3.977
56	EAST	1.585	1.011	1.613	1.570	1.330
57	SLIS	63.780	54.853	7.818	2.050	0.534
58	PMJS	0.854	0.601	0.831	0.774	0.644
Jumlah		311.140	273.952	208.718	216.654	161.693
Rata-rata		5.364	4.723	3.599	3.735	2.788

Sumber : <https://www.idx.co.id/> Data diolah tahun 2024



Sumber : Data diolah tahun 2024

Gambar 1. 1
Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV)

Pada gambar 1.1 di atas maka dapat dilihat bahwa *Price to Book Value* (PBV) perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2023 nilai perusahaan mengalami fluktuasi dan kecenderungan menurun tiap tahunnya. Terlihat bahwa pada tahun 2019 rata-rata PBV sebesar 5,364 mengalami

penurunan pada tahun 2020 sebesar 641 dari rata-rata 5,364 menjadi 4,723. Pada tahun 2021 rata-rata PBV kembali mengalami penurunan sebesar 1,124 dari rata-rata 4,723 menjadi 3,599. Tahun 2022 rata-rata PBV mengalami kenaikan sebesar 136 dari rata-rata 3,599 menjadi 3,735, namun pada tahun 2023 rata-rata PBV kembali mengalami penurunan sebesar 947 dari rata-rata PBV 3,735 menjadi 2,788 yang tidak sebanding dengan kenaikan PBV pada tahun sebelumnya. Hal ini terindikasi disebabkan oleh struktur modal dan likuiditas yang penggunaan hutangnya lebih banyak dibandingkan modal yang diberikan oleh para investor, penggunaan hutang yang banyak juga dapat menurunkan ukuran perusahaan yang akan mempengaruhi total aktiva dari perusahaan itu sendiri. Hal ini terjadi karena perusahaan barang konsumsi akhir-akhir ini mengalami berbagai masalah yang disebabkan oleh perang antara Israel dan palestina, salah satunya yaitu pada sektor makanan dan minuman dimana terjadinya pemboikotan terhadap produk-produk *pro-israel*. Akibatnya perusahaan barang seperti perusahaan unilever, KFC, McD mengalami penurunan penjualan dan transaksi bisnis.

Mengoptimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan menurut pandangan manajemen keuangan. Sejahtera *shareholdernya* tergambarkan dari tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan ialah suatu hal yang penting karena akan mempengaruhi pandangan investor mengenai kinerja suatu perusahaan. Sehingga semakin besar nilai perusahaan maka akan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan tersebut. Untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan dibutuhkan adanya keputusan finansial yang memaksimalkan keuntungan

bagi pemegang saham. Banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan bahkan tidak mengalami kemajuan karena kurangnya perencanaan yang matang mengenai struktur modal.

Struktur modal yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan turunnya nilai perusahaan, karena struktur modal merupakan sebuah pendanaan yang menggunakan hutang jangka panjang. Namun jika perusahaan terus menerus melakukan suatu pendanaan dengan menggunakan hutang maka akan berakibat perusahaan tidak mampu membayar hutang serta bunganya. Sehingga penggunaan hutang terlalu tinggi dan tidak optimal akan berdampak buruk terhadap perusahaan sehingga memiliki nilai perusahaan yang kurang maksimal **(Mahanani Heni & Kartika Andi, 2023)**. Penambahan hutang akan meningkatkan tingkat risiko atas arus pendapatan perusahaan dimana dipengaruhi faktor eksternal. Sedangkan hutang menimbulkan beban tetap tanpa melihat besarnya pendapatan. Selain itu, semakin tinggi hutang, maka bunga hutang akan meningkat lebih tinggi daripada penghematan pajak sehingga kebijakan manajemen dalam menggunakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kebijakan struktur modal perusahaan yang lebih banyak menggunakan hutang maka akan terjadi penurunan harga saham sehingga akan menurunkan nilai perusahaan **(Irawan & Kusuma, 2019)**.

Perusahaan yang terlalu banyak memiliki hutang maka kreditur akan menolak memberikan pinjaman karena adanya resiko yang semakin besar dan dapat menurunkan nilai perusahaan. Penurunan nilai perusahaan juga dapat diakibatkan oleh banyaknya bunga yang harus dibayarkan kepada kreditur sehingga menurunkan

minat investor dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut. Investor menganggap prioritas utama adalah membayar utang dari perusahaan yang diinvestasikannya **(Rasyid et al., 2022)**. Alat ukur struktur modal dalam penelitian ini dihitung menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan total utang yang dimiliki perusahaan dengan total ekuitas perusahaan.

Likuiditas merupakan rasio keuangan yang dapat digunakan dalam mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yaitu hutang jangka pendek. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi **(A. Harsono & Pamungkas, 2020)**. Semakin tinggi nilai likuiditas maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan dan semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan rendah. Kemampuan kas yang tinggi pada perusahaan akan berdampak pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan **(Iman et al., 2021)**. Jika perusahaan masih memiliki kemampuan yang bagus dalam memenuhi kewajiban periode satu tahun (jangka pendeknya) dengan menggunakan aktiva lancar maka perusahaan dapat dikatakan likuid. Dengan demikian investor tidak perlu khawatir dalam menginvestasikan dananya, jika suatu saat terjadi hal yang tidak diinginkan **(Febriani Reni, 2021)**. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Current Ratio* (CR).

Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung memiliki ketahanan yang lebih besar terhadap resiko kebangkrutan dan memiliki kemungkinan lebih rendah mengalami kesulitan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki

ukuran yang kecil (**Yeni ; Susilo, 2020**). Ukuran perusahaan yang meningkat dapat memperlihatkan ukuran perusahaan yang baik. Peningkatan yang terjadi mengindikasikan bahwa perusahaan terus mengalami perkembangan usaha sehingga menghasilkan laba yang tinggi. Pada perusahaan yang berukuran besar, manajer akan berusaha memaksimalkan kemampuannya mengelola perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena pada perusahaan besar cenderung menjadi sorotan masyarakat (**Putri & Gantino, 2023**). Ukuran perusahaan sering digunakan untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi biaya operasional, karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar juga perusahaan dalam mengeluarkan biaya operasional untuk pembiayaan pemeliharaan aset-aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan juga menandakan bahwa perusahaan memiliki aset yang semakin bertambah (**Hidayat & Khotimah, 2022**). Alat ukur yang digunakan yaitu $\ln \times \text{Total Aktiva}$.

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait variabel Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan seperti penelitian (**Rosa & Hermanto, 2024**), (**Setiawati, 2021**), dan (**M. Amin, 2021**) menemukan bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (**S. B. Harsono & Susanto, 2023**) yang berjudul *the effect of profitability, capital structure, asset structure and firm age on firm value* menyatakan bahwa struktur modal memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan.

Untuk variabel Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian (**Johanes & Jonnardi, 2024**) & (**Amelia Hilda Risky Jenny Eden & Yuniningsih**

Yuniningsih, 2024) menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian **(S. N. Fadillah & Noormansyah, 2023)** menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Untuk variabel Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian **(Ni Komang & Ni Ketut, 2022)** menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian **(Sa'diyah & Hariyono, 2022) & (Oktawianto & Laksmiwati, 2023)** menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan.

Untuk variabel *Leverage*, di dalam penelitian **(Thio, 2024)** yang berjudul pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur memiliki hasil yaitu *leverage* memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian **(Fadila, 2022)** menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti terdapat beberapa kesenjangan atau *inkonsisten gap*. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan hasil antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan**

***Leverage* sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bei Periode 2019-2023”.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Banyaknya penggunaan utang dapat menurunkan nilai perusahaan
2. Kinerja keuangan yang semakin menurun pada beberapa perusahaan yang memiliki banyak hutang
3. Investor tidak akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang buruk
4. Ukuran perusahaan belum tentu mencerminkan seberapa baik pengelolaan keuangan perusahaan
5. Tingginya tingkat likuiditas dapat menurunkan nilai perusahaan
6. Semakin tinggi tingkat *leverage* maka akan semakin tinggi tingkat resiko ketidakmampuan perusahaan dalam membayarkan hutangnya
7. Tingkat *leverage* yang tinggi dapat mengurangi pembayaran pajak atas beban bunga
8. Total aktiva yang kecil akan mempengaruhi struktur modal yang diperlukan
9. Tingginya nilai *leverage* akan menyebabkan resiko gagal bayar yang tinggi terhadap hutang

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dalam penelitian ini dan karena keterbatasan waktu maka penulis membatasi penelitian ini pada tiga variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan (Y) yaitu Struktur Modal (X1), Likuiditas (X2) dan Ukuran Perusahaan (X3) sebagai variabel bebas dan *Leverage* (Z) sebagai variabel moderasi di perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 ?
2. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 ?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 ?
4. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *leverage* pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 ?

5. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *leverage* pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
6. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *leverage* pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023.
2. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023.
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023.
4. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh *leverage* pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023.
5. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh *leverage* pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023.

6. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh *leverage* pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi universitas, sebagai pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada konsentrasi manajemen keuangan dapat mengetahui nilai perusahaan dan faktor fundamental yang mempengaruhinya.
2. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh struktur modal, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
3. Bagi investor, untuk menambah informasi mengenai faktor fundamental dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan investasi yang optimal.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak – pihak yang akan melakukan penelitian terhadap permasalahan yang sama pada masa yang akan datang.