

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin ketat dikarenakan banyaknya perusahaan – perusahaan yang baru bermunculan di Indonesia sehingga menyebabkan persaingan yang usaha yang begitu kompetitif. Dengan kondisi yang seperti ini maka perusahaan untuk mampu berkompetisi dan memiliki daya saing tersendiri dan diharapkan para perusahaan agar dapat mengelola sumber daya yang mereka miliki lebih efektif dan efisien demi menunjang apa yang telah menjadi tujuan perusahaan.

Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha tempat untuk berkumpulnya tenaga kerja, modal, sumber daya alam yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Perusahaan dikatakan memberikan pengembalian yang menguntungkan bagi pemilik perusahaan serta dapat terus berkembang apabila perusahaan memperoleh profit yang maksimal. Mempertahankan keberlangsungan perusahaan adalah hal penting yang harus dilakukan untuk mempertahankan perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan para pemiliknya. Tujuan utama perusahaan yang sudah *go public* (*public* (perusahaan yang menawarkan sahamnya pada publik) yaitu untuk menghasilkan profit guna meningkatkan kemakmuran pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan yang mana dapat menggambarkan keadaan perusahaan (Dewi & Abundanti, 2019).

Secara normatif tujuan manajemen keuangan suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungannya. Nilai perusahaan tercermin dari nilai saham perusahaan. Jika perusahaan berjalan ‘lancar’, maka nilai saham perusahaan akan meningkat dan nilai utang perusahaan tidak akan terpengaruh sama sekali. Sebaliknya, jika perusahaan tidak berjalan lancar, maka hak-hak kreditor akan diutamakan sehingga nilai saham perusahaan akan menurun drastis. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai kepemilikan saham dapat menjadi indeks yang tepat untuk mengukur nilai suatu perusahaan. Oleh karena itu, tujuan manajemen keuangan sering kali berupa memaksimalkan saham perusahaan atau sekadar memaksimalkan harga saham. **(Saskia, 2020)**

Fenomena terkait nilai perusahaan pada sektor consumer non-cyclicals di kutip dari investasi.kontan.id diliput oleh Kenia Intan dan diedit oleh Tendi Mahadi pada tanggal 19 Oktober 2021 bahwa pada data Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatat, sektor barang konsumen primer yang melemah 7,43% secara *year to date* (ytd). Sementara sektor barang konsumen non-primer menguat 13,11% ytd.

Kepala Riset NH Korindo Sekuritas Anggaraksa Arismunandar mencermati, 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](https://kontan.co.id), Senin (18/10).

Saham-saham barang konsumen primer pun masih mencatatkan kinerja yang kurang bagus pada tahun 2021. Di mana jika dilihat dari IDX Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang tercatat minus 16,48% secara year to date (ytd) hingga 20 Desember 2021. Saham-saham berkapitalisasi besar yang menjadi anggota indeks sektor inipun menunjukkan kinerja serupa. Pada periode yang sama, Saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) turun 43,67% YTD menjadi Rp 4.140 per saham, PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) turun 35,97% menjadi Rp 970 dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 30,93% menjadi Rp 2.010. dan PT Gudang Garam Tbk (GGRM) terkoreksi 24,28% menjadi Rp 31.100 per saham. Selama lima hari perdagangan terakhir, indeks ini juga masih terkoreksi 0,16%. Begitu juga dengan empat saham yang disebutkan diatas. Padahal, biasanya saham-saham barang konsumen primer mencatatkan kinerja positif pada bulan Desember. Sebagai gambaran, sepanjang sembilan bulan pertama 2021, laba bersih Unilever Indonesia tercatat turun 19,52% secara tahunan menjadi Rp 4,37 triliun. Begitu juga dengan laba bersih HMSP yang merosot 19,68% year on year menjadi Rp 5,55 triliun (Kontan.co.id).

Berikut merupakan nilai perusahaan yang diukur dengan rasio PBV pada Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 :

Tabel 1.1

Nilai Perusahaan PBV Sub Sektor *consumer non-cylical*s yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023

NO	EMITEN	TAHUN					RATA-RATA
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	ROTI	2,60	2,61	2,93	3,05	2,97	2,83
2	TGKA	3,20	4,18	3,65	3,19	2,69	3,38
3	BISI	1,36	1,26	1,09	1,57	1,39	1,33
4	DSNG	1,31	1,04	0,84	0,64	0,66	0,90
5	GOOD	3,39	3,85	6,37	5,78	4,06	4,69
6	MYOR	4,62	5,37	4,01	4,35	3,64	4,40
7	ICBP	4,88	2,22	1,85	2,03	1,99	2,59
8	INDF	1,28	0,76	0,64	0,63	0,56	0,77
9	JPFA	1,14	1,13	1,16	0,84	0,73	1,00
10	EPMT	0,91	0,87	1,07	1,04	0,96	0,97
11	LSIP	1,19	1,01	0,79	0,63	0,54	0,83
12	SSMS	1,97	2,44	1,5	2,17	5,00	2,62
13	TBLA	0,99	0,84	0,65	0,54	0,51	0,71
14	WIIM	0,34	0,95	0,68	0,88	2,01	0,97
15	ULTJ	3,43	3,86	3,53	2,92	2,54	3,26
RATA-RATA		2,17	2,16	2,05	2,02	2,02	2,08

Sumber: Data diolah dari BEI

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa nilai perusahaan dari perusahaan sektor *consumer non-cylical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan berkelanjutan setiap tahunnya atau trendis negatif. Pertumbuhan sektor *consumer non-cylical*s menunjukkan ketidakstabilan dalam pertumbuhan nilai perusahaan. Tercatat rata-rata PBV pada sektor *consumer non-cylical*s pada tahun 2019 hanya sebesar 2,17. Pada tahun 2020 dimana adanya kondisi ekonomi dari adanya covid-19 nilai perusahaan PBV dari sektor *consumer non-cylical*s mengalami penurunan rata-rata menjadi 2,16. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan lagi menjadi 2,05 dan pada dua tahun berikutnya terus terjadi

penurunan kembali. Dengan begitu menunjukkan perusahaan mengalami masalah yang mungkin disebabkan oleh berbagai faktor seperti kinerja keuangan yang buruk, persaingan meningkat, kondisi ekonomi, dan masalah operasional.

Menurut **Dessriadi et al., (2022)** Nilai perusahaan adalah harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia bersedia untuk membayarnya jika suatu perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran dari para pemegang saham juga tinggi. Hal ini akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut sehingga informasi mengenai nilai perusahaan sangat dibutuhkan oleh investor dan menjadi faktor penting yang dipertimbangkan dalam keputusan investasi. Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan atau memaksimalkan keuntungan para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan.

Ada banyak faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah kepemilikan manajerial. Menurut **(Sari & Wulandari, 2021)** Kepemilikan manajerial adalah kondisi dimana manajer memiliki peran ganda dalam perusahaan yaitu sebagai manajer dan pemegang saham karena mengambil sebagian dalam struktur modal perusahaan. Selain itu, kepemilikan manajerial menjadi upaya untuk mencegah perilaku oportunistik manajer dan menjadi salah satu insentif atas kinerja manajer.

Menurut **(Ayu & Sumadi, 2019)** Kepemilikan manajerial dapat diukur dari persentase kepemilikan manajerial terhadap total saham beredar. Kepemilikan manajerial dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang akan

langsung mempengaruhi nilai perusahaan karena konflik prinsipal yang terjadi dalam suatu perusahaan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme yaitu dengan adanya saham oleh institusi dan manajemen yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Sebagai seorang manajer sekaligus pemegang saham, seorang manajer tidak akan ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan keuangan akan merugikan baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham. Peningkatan kepemilikan manajerial membantu untuk menghubungkan pihak internal dan pemegang saham, dan mengarah ke pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatnya nilai perusahaan. **Widyastuti et al., (2022)**

Penelitian mengenai pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan oleh **Ayu & Sumadi, (2019)** yang menemukan bahwa jumlah kepemilikan manajerial yang besar tidak mampu mensejajarkan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai nilai perusahaan yang tinggi tidak dapat tercapai. Penelitian tentang kepemilikan manajerial juga dilakukan oleh **Sari & Wulandari, (2021)** mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini bermakna peningkatan persentase kepemilikan manajerial dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas. Menurut **Harfani & Nurdiansyah, (2021)** Profitabilitas merupakan suatu keahlian dalam mencari keuntungan yang berkaitan dengan penjualan, total asset maupun modal sendiri. Rasio Profitabilitas yaitu rasio yang dipakai guna

menilai kecakapan perusahaan dalam memperoleh margin. Selain itu rasio ini dapat mengukur keefektifan manajemen yang digambarkan dari margin yang diperoleh dari penjualan ataupun pendapatan investasi.

Lase et al., (2022) menyatakan bahwa manfaat dan tujuan penerapan rasio profitabilitas ini untuk melihat perolehan keuntungan dalam jangka waktu tertentu, mengetahui perbedaan jumlah keuntungan tahun lalu dengan tahun sekarang, melihat perbedaan perolehan laba dari waktu ke waktu, mengetahui keuntungan bersih perusahaan, melihat hasil dari perputaran modal, mengukur kemampuan perusahaan memperdayakan sumber daya yang ada dan tujuan serta manfaat lainnya.

Profitabilitas memiliki hubungan terhadap nilai perusahaan karena semakin banyak keuntungan yang dihasilkan dari aset yang dimilikinya, maka para pemegang saham atau investor akan lebih tertarik karena prospek perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi, sehingga nantinya return yang akan didapatkannya juga tinggi. Kondisi ini akan membuat banyak permintaan saham yang berdampak pada naiknya harga yang mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi **Iman et al., (2021)**

Penelitian tentang profitabilitas yang dilakukan oleh **Harfani & Nurdiansyah, (2021)** menemukan hasil profitabilitas yang signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan membuat investor tertarik menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut. **Dessriadi et al., (2022)** juga mengemukakan hasil bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan atau

dapat dinyatakan bahwa jika profitabilitas meningkat sebesar satu persen, maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia.

Alasan investor menanamkan saham atau berinvestasi ke suatu perusahaan yaitu karena dividen. Fenandar (2012) dalam **Profitabilitas et al., (2020)** menerangkan bahwa dividen merupakan pengembalian yang akan diterimanya atas investasinya dalam perusahaan. Oleh karena itu perlu adanya kebijakan dividen yang sesuai. Pemberian dividen ini dapat dijadikan tanda atau isyarat mengenai kinerja keuangan perusahaan terhadap para investor.

Dalam penelitian ini mendorong penulis untuk menambahkan kebijakan deviden. Menurut **Yanti & Setiawati, (2022)** Adapun kebijakan dividen diukur dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR). Kebijakan dividen sangat menarik untuk diteliti karena kebanyakan investor lebih menyukai dividen / pembagian dividen yang pasti dibandingkan laba yang tidak pasti dimasa yang akan datang. Dimana kebijakan dividen dijadikan sebagai variabel pemoderasi. Menurut **Rinofah et al., (2022)** Hal tersebut dikarenakan bahwa kebijakan dividen kerap dianggap sebagai suatu sinyal bagi para investor dalam penilaian bagus tidaknya kinerja perusahaan dan menjadi sumber pendapatan. Hubungan antara kepemilikan manajerial dan profitabilitas yang nantinya variabel pemoderasi ini dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Kebijakan dividen bertujuan untuk memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham sehingga apabila tercapai kemakmuran para pemegang saham

maka nilai suatu perusahaan tersebut tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kebijakan deviden (**Sekarningrum & Ardini, 2023**)

Desniati & Suartini, 2021 dalam penelitiannya menyatakan kebijakan deviden berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi berbeda dengan penelitian menurut **Marselina H. Umbung, Wehelmina M. Ndoen, 2021** dijelaskan bahwa kebijakan deviden berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Menurut **Dwicahyani et al., (2022)** sebagai peneliti terdahulu yang juga menggunakan sektor *consumer non-cyclicals* sebagai objek bahwa barang perusahaan *consumer non cyclicals* atau konsumen primer adalah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat anti-siklis atau barang primer, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. Perusahaan *consumer non-cyclicals* mempunyai peranan yang sangat strategis dalam upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat, dimana produknya sangat diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut menjadi alasan kenapa peneliti memilih objek penelitian pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan penelitian terdahulu, masih ada beberapa perbedaan hasil dengan peneliti. Penelitian ini akan menguji kembali Variable yang sudah diteliti sebelumnya dengan periode terbaru. Maka dari itu

penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *consumer non-cylical* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Tahun 2019-2023)**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu berkompetensi dan memiliki keunggulan daya saing tersendiri.
2. Nilai kepemilikan saham dapat menjadi indeks yang tepat untuk mengukur nilai suatu perusahaan.
3. Pengeluaran investasi oleh investor memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
4. Perlunya mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga dapat memengaruhi nilai perusahaan.
5. Masalah keagenan yang tidak dapat dikurangi jika tidak menambah kepemilikan manajerial dalam perusahaan .
6. Bagaimana perusahaan dapat mencapai keseimbangan antara profitabilitas, nilai perusahaan, dan kepentingan pemegang saham dalam konteks keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan.

7. Manajer sebagai pengelola perusahaan berkewajiban untuk membuat keputusan terbaik bagi pemegang saham.
8. Jumlah kepemilikan manajerial yang besar tidak mampu mensejajarkan kepentingan manajemen dan pemegang saham.
9. Penggunaan kebijakan deviden sebagai variabel moderating menunjukkan adanya asumsi bahwa kebijakan deviden dapat memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan nilai perusahaan.
10. saham emiten sektor *consumer non cyclical* mengalami penurunan yang berkelanjutan atau trendis negatif.

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan Kepemilikan Manajerial(X1) dan Profitabilitas (X2) sebagai variabel bebas, kemudian Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel terikat dan kebijakan Deviden (Z) sebagai variabel moderasi pada Bursa Efek Indonesia (BEI) 2019-2023.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023?

2. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi oleh kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi dengan kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan dan kontribusi sebagai berikut :

1. Bagi Bursa Efek Indonesia (BEI)

Sebagai bahan pertimbangan untuk Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam melakukan pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi ilmu pengetahuan yang datang dan dapat menjadi suatu sumber referensi bagi yang membutuhkan.

3. Bagi Peneliti

Sebagai implementasi ilmu Manajemen Keuangan yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.