

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang menggambarkan kinerja, kesehatan finansial, dan prospek masa depan suatu perusahaan. Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan seringkali dianggap sebagai cerminan dari penilaian investor terhadap aset perusahaan dan ekspektasi terhadap laba yang akan diperoleh di masa depan. Peningkatan nilai perusahaan diharapkan oleh para pemangku kepentingan, terutama pemegang saham, karena berkaitan erat dengan peningkatan kekayaan pemilik dan daya tarik perusahaan bagi investor.

Namun, dalam praktiknya, pencapaian nilai perusahaan yang optimal bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, baik dari internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kinerja operasional, struktur modal, kebijakan dividen, serta pengelolaan aset dan liabilitas. Sedangkan faktor eksternal meliputi kondisi ekonomi makro, perubahan regulasi, tingkat suku bunga, serta sentimen pasar. Oleh karena itu, manajemen perusahaan perlu memahami dan mengelola faktor-faktor tersebut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaan.

Didalam dunia bisnis, nilai perusahaan sering kali dianggap sebagai cerminan dalam prospek perusahaan di masa depan. Penentuan nilai perusahaan menjadi salah satu fokus utama bagi manajemen, investor, dan stakeholder lainnya. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya menarik bagi investor tetapi juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan keuntungan dan mengelola asetnya secara efektif. Untuk memahami bagaimana nilai perusahaan terbentuk, berbagai faktor yang memengaruhinya perlu dianalisis, di antaranya adalah struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Perkembangan ekonomi, kebijakan sosial, dan kemajuan teknologi masing-masing negara menyebabkan munculnya persaingan bisnis global yang semakin ketat. Setiap perusahaan didorong untuk menyesuaikan dan meningkatkan daya saingnya di berbagai sektor dengan mengelola fungsi manajemen dengan baik. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Setiap tujuan perusahaan tidak diragukan lagi yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham. Kesejahteraan pemilik atau pemegang saham tercermin dari tingginya nilai perusahaan. Tahun 2021 BEI resmi mengganti klasifikasi industri yang sebelumnya menggunakan Jakarta Stock Industrial Classification (JASICA) menjadi IDX-IC, IDX-IC terdiri dari 12 sektor yang salah satu sektor tersebut yaitu consumer cyclical. Sektor Consumer Cyclical (sektor manufaktur non-primer) merupakan salah satu sektor yang ada pada klasifikasi sektor terbaru bulan Januari 2021 yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia. Dimana mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen, namun untuk barang yang bersifat siklis atau barang sekunder sehingga 2 permintaan barang dan jasa ini berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi. **(Bursa Efek Indonesia, 2021).**

Consumer Cyclical merupakan sektor yang memiliki kinerja yang baik pada tahun 2021. Sebagaimana berita yang dikutip CNBC Indonesia (2021) sektor consumer cyclical merupakan kontributor dan pendorong utama penguatan IHSG yaitu sebesar 3,55%. Hal tersebut akan menjadi sinyal positif untuk investor, dan membuat investor tertarik untuk berinvestasi.

Para investor ini tidak gegabah dalam menanamkan modalnya, melainkan memeriksa terlebih dahulu baik dari luar maupun dari dalam perusahaan untuk melihat apakah dapat memberikan timbal balik yang positif atau sebaliknya. Nilai perusahaan merupakan salah satu penilaian investor untuk menanamkan modalnya karena mereka dapat mengetahui cerminan kredibilitas perusahaan dan melihat kemampuan perusahaan dalam membayar hutangnya sehingga pihak kreditur tidak merasa khawatir dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut. Selain itu investor akan menerima keuntungan tambahan selain dividen yang dibayarkan perusahaan ketika nilai perusahaan meningkat(Aldi et al., 2020).

Nilai perusahaan merupakan tolak ukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola operasional perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan pemegang saham. Nilai perusahaan yang meningkat biasanya berhubungan dengan tinggi harga saham hal ini menjadi suatu pencapaian yang diinginkan oleh pemilik saham. Nilai perusahaan meningkat akan berdampak pada kesejahteraan para pemilik saham. Nilai perusahaan menjadi penting sebab tingginya penilaian pada saham suatu perusahaan akan berkaitan dengan kesejahteraan pemilik saham. Saat nilai perusahaan

menurun hal ini juga akan berdampak pada penilaian perusahaan dan keuntungan yang didapat oleh pemegang saham akan menurun. Salah satu perusahaan yang menjanjikan bagi investor untuk berinvestasi adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi sebab operasional perusahaan untuk memenuhi kebutuhan manusia secara masal. **(Lamba & Atahau, 2022)**

Nilai perusahaan merupakan sebuah konsep ekonomi yang mencerminkan nilai bisnis. Nilai perusahaan adalah nilai yang dimiliki oleh perusahaan pada suatu waktu tertentu. Nilai perusahaan dapat ditentukan berdasarkan nilai buku atau nilai pasar. Nilai perusahaan adalah pengganti yang lebih komprehensif untuk kapitalisasi pasar dan dapat dihitung dengan mengikuti lebih dari satu pendekatan. **(Sudjono & Setiawan, 2022)**

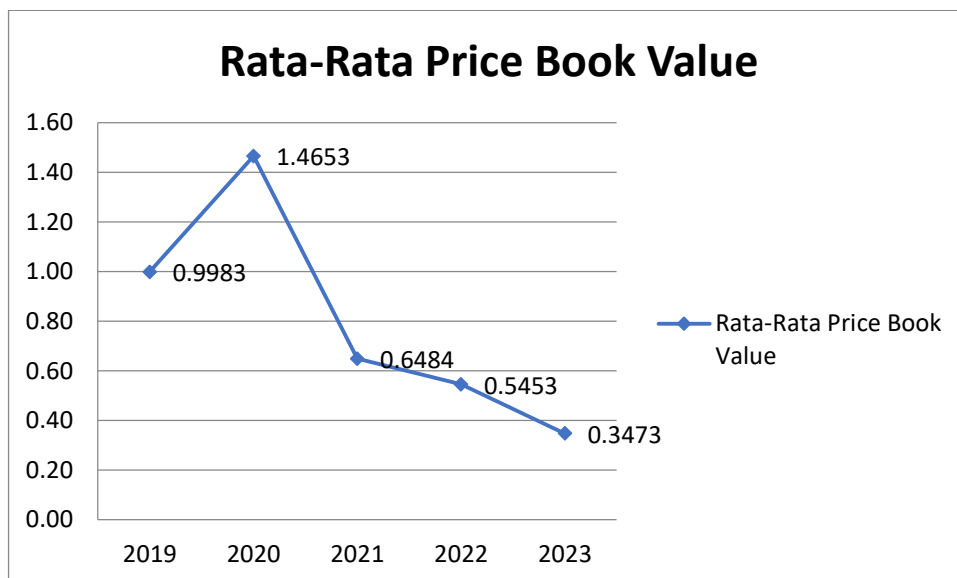
Beberapa perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang cukup fluktuatif adalah sektor manufaktur non-primer. Berikut ini adalah gambaran nilai perusahaan manufaktur non-primer yang terdaftar di BEI 2019-2023

Tabel 1.1
Nilai Perusahaan Consumer Cyclical
Tahun 2019-2023

No	Kode	Tahun				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	ACES	0,0514	0,0486	0,0333	0,0146	0,0265
2	KPIG	0,0040	0,0036	0,0027	0,0024	0,0022
3	BMTR	0,0019	0,0023	0,0018	0,0018	0,0015
4	ERAA	0,0059	0,0146	0,0135	0,0115	0,0086
5	MNCN	0,0107	0,0101	0,0085	0,0005	0,0024
6	BAYU	0,0080	0,0095	0,0085	0,0084	0,0098
7	BOGA	0,1370	0,1192	0,1113	0,0983	0,0664
8	MICE	0,0026	0,0026	0,0031	0,0053	0,0034
9	EAST	0,0114	0,0104	0,0155	0,0172	0,0124
10	SCMA	0,0380	0,0652	0,0280	0,0185	0,0118
11	SMSM	0,0290	0,0280	0,0282	0,0271	0,0309

12	WOOD	0,0086	0,0117	0,0121	0,0072	0,0045
13	HRTA	0,0090	0,0077	0,0063	0,0083	0,0092
14	MSIN	0,0132	0,0123	0,2383	0,2397	0,0611
15	MAPA	0,0157	0,0223	0,0251	0,0296	0,0497
16	CSAP	0,0079	0,0077	0,0102	0,0131	0,0094
17	GEMA	0,0136	0,0148	0,0130	0,0092	0,0108
18	INDS	0,0046	0,0048	0,0054	0,0044	0,0043
19	MPMX	0,0028	0,0040	0,0417	0,0088	0,0076
20	LPIN	0,0031	0,0034	0,0066	0,0053	0,0044
21	SLIS	0,6119	1,0551	0,0276	0,0146	0,0043
22	PMJS	0,0080	0,0074	0,0077	0,0079	0,0061
Rata-Rata		0,9983	1,4653	0,6484	0,5453	0,3473

Sumber: IDX Annual Statistic (2023) data diolah



Grafik 1.1

Rata-rata Price Book Value (PBV)

Data Price Book Value (PBV) yang disajikan pada table 1.1 di atas menunjukkan nilai PBV untuk 22 emiten dari tahun 2019 hingga 2023. PBV adalah rasio yang digunakan untuk menilai nilai pasar suatu perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya, yang dapat memberikan gambaran tentang apakah saham tersebut dinilai terlalu tinggi atau terlalu rendah oleh

pasar. Dari data tersebut, terlihat bahwa terjadi fluktuasi yang signifikan pada nilai PBV di beberapa emiten. Secara umum, PBV mengalami kenaikan dari tahun 2019 ke tahun 2020, kemudian turun signifikan di tahun 2021, dan kembali menurun di tahun 2022 dan 2023. Penurunan ini dapat diartikan sebagai penurunan kepercayaan pasar terhadap nilai perusahaan-perusahaan ini, atau bisa juga mencerminkan penurunan kinerja keuangan mereka. Dari tabel data di atas maka dapat dilihat rata rata dari Price Book Value (PBV) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023

Berdasarkan grafik di atas, terlihat fluktuasi nilai perusahaan yang cukup signifikan pada periode 2019-2023. Pada tahun 2019, rata-rata PBV sektor ini tercatat sebesar 0,9983x, namun mengalami kenaikan pada tahun 2020 menjadi 1,4653x akibat dampak pandemi COVID-19. Dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2021 dengan rata-rata PBV mencapai 0,6484x, selanjutnya pada tahun 2022 terjadi penurunan menjadi 0,5453x, dan mengalami sedikit kenaikan Pada tahun 2023, 0,3473x (**IDX Annual Statistic,2023**)

Struktur Modal adalah perbandingan antara hutang jangka panjang dan modal. Struktur modal sangat penting bagi perusahaan karna akan mempengaruhi risiko yang diambil pemegang saham dan tingkat pengembalaian yang diharapkan. Struktur modal merupakan proporsi pendanaan dan hutang perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pengembangan usaha yang besar akan membutuhkan dana yang besar juga,

maka dari itu dibutuhkan tambahan dari pihak eksternal sebagai upaya untuk menambahkan dana dalam proses pengembangan proses usaha tersebut.(A'yun et al., 2022)

Struktur Modal merupakan komposisi pendanaan jangka Panjang pada perusahaan yang digunakan untuk membiayai asetnya. Kombinasi utang jangka panjang dan modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk membiayai operasinya. Struktur modal yang baik adalah struktur modal yang memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang sahamnya Dan juga struktur modal merupakan bentuk proporsi finansial Perusahaan antara modal yang bersumber dari utang jangka Panjang dan modal sendiri yang menjadi sumber pembiayaan suatu Perusahaan. Struktur modal mengacu pada kombinasi utang dan ekuitas yang digunakan untuk mendanai operasi perusahaan. Alat ukur yang umum digunakan untuk menilai struktur modal meliputi Debt to Equity Ratio (DER), yang membandingkan total utang dengan total ekuitas, serta leverage yang mencerminkan penggunaan utang jangka panjang. (Dhea Abdillah & Ali, 2024)

Ukuran perusahaan merujuk pada seberapa besar skala perusahaan, di mana hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, salah satunya dilihat dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan juga menunjukkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan serta pengelolaan akan sistem manajemen yang baik. Jadi ukuran perusahaan (Size) merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan finansial suatu perusahaan. Apabila semakin besar ukuran

perusahaan maka akan semakin tinggi juga minat investor dalam menanamkan sahamnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa indikator, seperti total aset, total penjualan, dan kapitalisasi pasar. **(Sudjono & Setiawan, 2022).**

Semakin besar ukuran perusahaan maka memberikan sinyal yang baik pada banyak investor yang menaruh perhatian terhadap perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba, mengindikasikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan dapat meningkatkan harga saham dari perusahaan. Dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kemampuannya dalam mengakses modal dan berinvestasi, dengan kriteria $\ln(\text{Total Aset})$. **(Anisa et al., 2021).**

Profitabilitas merupakan faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh. Profitabilitas adalah rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Oleh sebab itu akan banyak investor yang berpartisipasi di dalamnya sehingga permintaan saham akan meningkat. Profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau

ukuran keefektifan dalam pengelolaan manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (**Sudjono & Setiawan, 2022**)

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan laba bagi perusahaan. Profitabilitas adalah hasil dari sejumlah kebijakan dan juga keputusan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaannya dalam mencari keuntungan. Semakin tinggi perusahaan memperoleh keuntungan atau laba maka semakin besar pula tingkat pembayaran deviden yang akan dibagikan pada pemegang saham. Semakin tinggi perusahaan memperoleh keuntungan atau laba maka semakin besar pula tingkat pembayaran deviden yang akan dibagikan pada pemegang saham. 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. Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan margin laba bersih merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan, dengan kriteria Return On Asset (ROA). (**Lase et al., 2022**).

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul :“ Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut ini adalah beberapa identifikasi masalah yang dapat dirumuskan:

1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan
2. Profitabilitas dan Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan
3. Ukuran Perusahaan dan Kaitannya dengan Nilai Perusahaan
4. Pengaruh Struktur Modal Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan
5. Dampak Fluktuasi Ekonomi pada Nilai Perusahaan Sektor Consumer Cyclical
6. Struktur Modal di Sektor Consumer Cyclical dan Pengaruhnya pada Nilai Perusahaan
7. Faktor-faktor Penyebab Fluktuasi Nilai Perusahaan dalam Jangka Waktu Tertentu
8. Profitabilitas sebagai Sinyal untuk Investor dan Pengaruhnya terhadap Harga Saham
9. Faktor-faktor yang Memengaruhi Struktur Modal

10. Inkonsistensi Hasil Penelitian tentang Pengaruh Variabel-variabel
Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas agar penelitian lebih fokus dan terarah sehingga tujuan penelitian akan tercapai, maka peneliti perlu membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu variabel bebas adalah struktur modal (x_1) dan ukuran perusahaan (x_2), variabel terikat adalah nilai perusahaan (y), serta variabel moderasi adalah profitabilitas (z) pada perusahaan sektor konsumen cyclical yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2019-2023. Penelitian ini hanya akan melibatkan 22 perusahaan yang beroperasi di konsumen cyclical selama 5 tahun dari 2019-2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan konsumen cyclical tahun 2019-2023?
2. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan konsumen cyclical 2019-2023?
3. Bagaimana Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan konsumen cyclical 2019-2023?

4. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan konsumen cyclical 2019-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui struktur modal memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui struktur modal memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel moderasi
4. Untuk mengetahui ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel moderasi

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Investor

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai input informasi terkait dengan pengambilan keputusan di dalam investasi sehingga investor dapat mengambil keputusan secara efektif dan efisien. Sebagai masukan, alat analisis dan pertimbangan yang dapat digunakan dalam mengambil keputusan melakukan investasi di pasar modal sesuai dengan informasi yang diperoleh sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko atas investasi dananya.

2. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti di bidang investasi pasar modal.

3. Bagi Akademis

Menambah kepustakaan dalam bidang ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya. Bagi Peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan peneliti di bidang investasi pasar modal.