

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang begitu banyak kemajuan dunia termasuk pada perusahaan dari waktu ke waktu. Pada saat ini semakin banyaknya pertumbuhan perusahaan di kalangan global termasuk di Indonesia. Kemunculan tersebut menggeluti di berbagai bidang usaha seperti jasa, dagang dan manufaktur hal ini membuat persaingan semakin sengit. Hal itu juga mendorong perusahaan untuk bersaing secara sehat dengan memunculkan inovasi terbaru dan strategi bisnis untuk pertahanan. Bentuk pertahanan lain juga dapat dilakukan dengan merancang visi dan misi yang efektif dan efisien pada perusahaan. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan popularitas entitas.

Saat ini perusahaan di Indonesia ada beberapa jenis bidang usaha salah satunya perusahaan industri/manufaktur. BEI (Bursa Efek Indonesia) mencatat beberapa perusahaan yang terdaftar disana dan digolongkan berdasarkan sektor saat ini sudah tercatat ada 9 sektor, salah satunya sektor barang konsumsi manufaktur yang mempunyai beberapa sub sektor diantaranya sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, sub sektor peralatan rumah tangga, dan sub sektor lain. Sektor barang konsumsi kini sebelumnya memikat di hati para investor untuk berinvestasi. Hal ini

di tandai adanya potensi kenaikan dari harga saham dari tahun ke tahun pada sektor barang industri konsumsi dan menjadi tambahan nilai perusahaan.

Barang industri konsumsi menghasilkan produk olahan seperti makanan, minuman, yang bukan hanya untuk di konsumsi di Indonesia melainkan juga di ekspor dan impor barang dan bahan. Badan pusat statistik (BPS) mencatat pergerakan perdagangan ekspor impor Indonesia selama bulan Desember 2019 nilai impor mencapai US\$ 14.506,8 juta, turun 5,43% (US\$ 833,7 juta) dibanding bulan sebelumnya. Demikian juga dengan volumenya turun 11,95 persen menjadi 14.283,6 ribu ton. Sedangkan pergerakan ekspor pada bulan Desember tahun 2019 mencapai nilai US\$ 14.445,1 juta dengan volume 55.769,0 ribu ton. Dibandingkan dengan tahun 2018 pada periode yang sama nilai ekspor mengalami kenaikan US\$ 155,0 juta (www.bps.com).

Menurut **(Ilham Thaib, 2017)** menyatakan bahwa nilai perusahaan biasanya menggambarkan nilai aset (seperti sekuritas) yang dimiliki oleh perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan merupakan faktor terpenting bagi investor. Dari aset yang dimiliki oleh perusahaan dapat menggambarkan seberapa baik dari kinerja perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang tinggi. Maka dari itu setiap perusahaan berpotensi untuk meninggikan mutu dari perusahaannya. Semakin tinggi kualitas perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dan harga sahamnya akan naik pula. Naik turunnya harga saham juga bukanlah satu-satunya faktor yang bisa menentukan nilai perusahaan. Nilai

perusahaan ini juga dapat diproksikan melalui 3 cara yaitu nilai buku, nilai likuiditas, atau nilai pasar dari saham. Mengoptimalkan nilai perusahaan adalah tujuan perusahaan, yang dapat dicapai dengan menjalankan fungsi manajemen keuangan yaitu, keputusan pendanaan terbaik, keputusan investasi dan kebijakan dividen **(Ngurah Adi & Lestari, 2016)**.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan, faktor pertama adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur efisiensi operasional dan efisiensi pemanfaatan aset. menurut **(Utama, 2017)** Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau laba dalam jangka waktu tertentu. Profitabilitas ini juga melambangkan kinerja dari perusahaan. Peningkatan rasio keuangan menunjukkan baiknya kinerja manajemen menciptakan laba bersih yang maksimum **(Aprada, 2016)**. Profitabilitas juga mempengaruhi tingkat pengembalian hutang. Laba bukan hanya menjadi elemen kemampuan perusahaan untuk kewajiban kepada penyandang dana tetapi juga menciptakan nilai perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut **(Christiani and Herawaty, 2019)** Ukuran perusahaan menggambarkan ukuran perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset dan total penjualan. Perusahaan terbagi menjadi perusahaan besar dan perusahaan kecil. Penentuan golongan skala perusahaan dapat di lihat dari total penjualan, total aset, tingkat penjualan. Perusahaan berskala besar biasanya dapat pemilih penawaran yang lebih spesial

dalam pendanaan hutang. Dibanding perusahaan kecil perusahaan berskala besar banyak di incar oleh para investor untuk berinvestasi. Dari besar kecil pendanaan bisa berpengaruh pada masa depan keberlangsungan perusahaan dapat dilihat dari sisi manajemen perusahaan (**Wardhany, and Wiyono, 2019**). Ukuran perusahaan bisa diukur dengan pendaan sekaligus dapat meningkatkan nilai dari perusahaan.

Faktor selanjutnya yang berpengaruh pada nilai perusahaan yaitu *growth opportunity*. *Growth opportunity* merupakan Peluang pertumbuhan masa depan perusahaan (**Putra, 2018**). Jadi *gowth opportunity* adalah pertumbuhan peningkatan jumlah aset baik aset lancar maupun aset tetap yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Pertumbuhan juga bisa dilihat dari peningkatan jumlah penjualan yang laris dipasaran. Dalam mewujudkan peningkatan pertumbuhan perusahaan melakukan introspeksi diri. Bentuk introspeksi diri yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah memperbaiki kinerja manajemen dengan melakukan inovasi terbaru, dan mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk.

Menurut (**Kusna & Setijani, 2018**) jika nilai *growth opportunity* yang tinggi diharapkan perusahaan mampu mencapai kesuksesan dalam masa depan. Pertumbuhan perusahaan yang meningkat merupakan bentuk capaian dari tujuan perusahaan dimasa yang akan datang. Maka perusahaan mampu melakukan perluasan usaha.

Dari sisi lain struktur modal adalah faktor yang memiliki daya tarik bagi para investor untuk menentukan keputusan. Struktur modal berkaitan dengan perbandingan hutang jangka panjang dan modal. Menurut **(Nadillah, 2017)** Struktur modal merupakan pertimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dan modal sendiri. Struktur modal merupakan suatu unsur terpenting bagi perusahaan karena memiliki hubungan terkuat terhadap posisi keuangan, maka pihak manajemen harus mengetahui faktor yang berpengaruh kepada struktur modal untuk upaya mensejahterakan pihak investor **(Widayanti & Abundanti, 2016)**. Modal disebut juga dengan pendanaan perusahaan yang berasal dari internal dan eksternal perusahaan yang aman. Struktur permodalan yang baik dapat mencapai pembiayaan terbaik. Struktur modal bisa di pengaruhi profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity*. Struktur modal juga berpengaruh pada nilai perusahaan. Berikut adalah rata-rata PBV perusahaan manufaktur sektor industry yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Tabel 1.1 Rata-Rata PBV Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019 (dalam persen)

No	KODE SAHAM	Tahun					Rata-rata
		2015	2016	2017	2018	2019	
1	ADES	1,82	1,64	1,28	1,18	1,85	1,55
2	CEKA	0,63	0,00	0,85	0,89	1,40	0,75
3	DLTA	4,90	4,37	3,48	3,75	5,60	4,42
4	DVLA	1,50	1,84	1,95	1,81	8,26	3,07
5	GGRM	2,78	3,27	4,04	3,75	2,00	3,17
6	HMSP	13,66	14,51	16,13	13,74	6,84	12,98
7	ICBP	4,79	5,61	5,11	5,56	4,87	5,19
8	INDF	1,05	1,55	1,43	1,35	1,28	1,33
9	KAEF	2,59	6,84	5,83	5,19	0,93	4,28
10	KLBF	5,66	6,01	5,97	4,89	4,54	5,41

Sumber: www.idx.co.id

Dari tabel di atas dapat dilihat rata-rata nilai perusahaan mengalami fluktuasi dimana perusahaan yang mengalami rata-rata terendah adalah PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) dengan presentase 0,75% sedangkan perusahaan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah PT H.M Sampoerna Tbk (HMSP) dengan presentase 12,98%. Selanjutnya perusahaan PT Akasha Wira International Tbk (ADES) memiliki rata-rata presentase rata-rata 1,55%. Berikutnya perusahaan PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) memiliki presentase tara-rata 4,42%. Dan perusahaan PT Darya Varia Laboratania Tbk memiliki presentase 3,07%, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) memiliki presentase rata-rata sebesar 3,17%, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tk (ICBP) memiliki presentase rata-rata sebesar 5,19%, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) memiliki presentase rata-rata sebesar 1,33%, PT Kimia Farma Tbk (KAEF) memiliki presentase rata-rata sebesar 4,28%. Sedangkan PT Kalbe

Farma Tbk (KLBF) memiliki presentase rata-rata presentase sebesar 5,41%.

Berdasarkan penjelasan dan teori-teori yang disampaikan sebelumnya maka penulis tertarik untuk mengangkat judul tentang **Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Stuktur Modal sebagai Variabel Intervening.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Perusahaan kesulitan dalam menentukan nilai perusahaan.
2. Perlunya keputusan yang mendasar oleh para investor untuk pengambilan keputusan.
3. Kemajuan perusahaan menyebabkan tingginya persaingan.
4. Perlunya inovasi baru untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka peneliti membatasi permasalahan hanya membahas tentang Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan, dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Stuktur Modal dengan Variabel Intervening dengan objek penelitian perusahaan sektor barang industri konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
3. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
4. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* berpengaruh secara bersama-sama terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI?
5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?

6. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
7. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
8. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
9. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *growth opportunity*, dan struktur modal berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI?
10. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
11. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?

12. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
2. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
3. Untuk mengetahui apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
4. Untuk mengetahui apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* berpengaruh secara bersama-sama terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI?

5. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
6. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
7. Untuk mengetahui apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
8. Untuk mengetahui apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
9. Untuk mengetahui apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *growth opportunity*, dan struktur modal berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI?
10. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?

11. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?
12. Untuk mengetahui apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI ?

1.6. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang baik diantaranya:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan informasi yang dapat membantu perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai nilai perusahaan.

2. Bagi akademis

Dapat digunakan sebagai penambah wawasan dan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya tentang Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai pengetahuan, acuan dan penguat penelitian khususnya tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* dengan struktur modal sebagai variabel intervening.