

BAB I

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan ialah gagasan pemodal atas taraf kesuksesan perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan pada dasarnya tidak mudah karena perusahaan tidak bisa terus menerus berada pada nilai yang stabil sehingga perusahaan akan mengalami fluktuasi nilai di tiap waktunya. Apabila nilai perusahaan mengalami penurunan maka perusahaan harus meningkatkan pendapatan dan tingkat penjualan untuk dapat menaikkan nilai perusahaan itu kembali.

Nilai perusahaan dapat dikelola dengan memperhatikan likuiditas perusahaan, pengelolaan aset, pertumbuhan perusahaan (*firm growth*), jumlah penerimaan investasi, maupun laba yang dimiliki oleh perusahaan. Likuiditas ialah kapabilitas perusahaan selama membayarkan kewajiban periode singkat. Likuiditas perusahaan dilihat dari rasio lancar (*current ratio*) dimana situasi perusahaan yang mempunyai *current ratio* yang lancar maka perusahaan diasumsikan sebagai perusahaan yang baik. Pengelolaan aset merupakan cara perusahaan untuk menilai perputaran aset melalui penjualan bersih. Sedangkan pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan membeli dan memelihara aset demi memperoleh tujuan perusahaan secara efektif.

Bahwa nilai perusahaan tanpa bisa lepas dari kapabilitas perusahaan selama mengatur hutang mereka. Proporsi antara pinjaman menggunakan modal pribadi milik perusahaan dikontrol untuk mendapatkan posisi terbaik bagi perusahaan sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan. Maka struktur modal dapat menjadi faktor untuk memperkuat nilai perusahaan.

Struktur modal ialah rasio jumlah keseluruhan pinjaman menggunakan keseluruhan ekuitas. Tingginya tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh modal perusahaan dapat menunjukkan tingginya nilai perusahaan. Tingkat struktur modal terhadap likuiditas yang baik dari perusahaan akan berdampak pada kestabilan nilai perusahaan karena jika *current ratio*nya baik maka perusahaan mampu memenuhi kewajibannya.

Untuk melihat bukti empiris pada pengelolaan nilai perusahaan beserta nilai perusahaan beserta berbagai faktornya peneliti mengambil sektor perindustrian barang konsumsi menjadi objek kajian di tengah himpitan. Bidang barang konsumsi (*consumer goods*) bisa dijadikan sektor atau bidang yang sedikit perbaikan. Melalui kemunculan wabah Covid-19 dan arahan guna beraktivitas di rumah mengakibatkan konsumsi barang mengalami peningkatan, sehingga muncul sentimen positif yang mendukung daya kerja bidang konsumen. Terjadi peningkatan sebanyak 44,4% selama periode Q1/2020 terhadap sektor barang konsumsi yang dimana PT. Siantar Top, Tbk (STTP) Kemudian ada saham ITIC (40,38%) maupun INAF

(24,14%) dan KAEF (4,80%). (www.bisnis.com).

No	Kode	Nama Perusahaan	Tahun	CR	TATO	FG	HS
1.	BTEK	PT. Bumi Teknokultura Unggul,Tbk	2015	0,4898	0,0991	0,1181	4,85
			2016	0,5994	0,1533	0,5257	2,15
			2017	1,0077	0,1672	0,0874	1,85
			2018	2,1564	0,1723	-0,0265	1,91
			2019	1,7528	0,1403	-0,0368	1,03
2.	UNVR	PT.Unilever Indonesia,Tbk	2015	0,6540	2,3194	0,1015	18,64
			2016	0,6056	2,3919	0,0646	18,40
			2017	0,6337	2,1794	0,1290	23,29
			2018	0,7384	2,1412	0,0326	18,36
			2019	0,6529	2,0786	0,0159	16,26
3.	CINT	PT.Chitose Internasional,Tbk	2015	3,4808	0,8235	0,0341	1,06
			2016	3,1604	0,8199	0,0432	0,97
			2017	3,1900	0,7847	0,1934	0,90
			2018	2,7083	0,7538	0,0311	0,79
			2019	2,3771	0,7896	0,0613	0,83

Tabel 1.1 Fenomena Data

Berdasarkan Tabel I.1 Fenomena pertama dilihat pada PT.Bumi Teknokultura Unggul,Tbk dimana pada teorinya, likuiditas merupakan kapabilitas perusahaan guna menyanggupi kewajiban periode singkat mereka (Wiagustini,2010:76). Kian besarnya likuiditas, berarti kapabilitas guna melunasinya pun cukup mampu, maka perputaran simpanan di perusahaan sangat baik dan bisa memberi pandangan positif terkait situasi perusahaan. Pada tabel 1.1 kenaikan CR PT.Bumi Teknokultura Unggul,Tbk tahun 2016 yaitu 0,5994 menjadi 1,0077 pada tahun 2017, sebaliknya justru mengalami penurunan pada nilai saham perusahaannya.

Fenomena kedua dilihat pada perusahaan PT.Unilever Indonesia,Tbk dimana Kian tinggi nilai *total asset turnover* memperlihatkan kian efektifnya aktiva perusahaan selama menciptakan keuntungan bagi perusahaan (Misran, 2017). Pada tahun 2016 jumlah TATO pada PT.Unilever Indonesia, Tbk yaitu 2,3919 dan menurun menjadi 2,1794 periode 2017, Namun, hal ini terjadi peningkatan nilai saham perusahaan yang cukup pesat.

Sedangkan Fenomena ketiga dilihat pada perusahaan PT.Chitose Internasional,Tbk, dimana pada teorinya bila perusahaan yang tumbuh mengalami peningkatan, sehingga daya laba turut mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan pun turut meningkat. (Khasanah, 2016). Dimana jumlah FG di tahun 2016 yaitu 0,0432 mengalami Kenaikan di tahun 2017 menjadi 0,193, sebaliknya justru nilai saham perusahaannya mengalami penurunan.

1.2 Rumusan Masalah

- Bagaimanakah pengaruh Likuiditas, Pengelolaan Aset, Firm Growth atas nilai perusahaan pada *consumer goods* yang terdaftar di BEI pada periodei 2015-2019 ?
- Bagaimana pengaruh Likuiditas, Pengelolaan Aset, Firm Growth atas nilai perusahaan dengani struktur modal sebagai variabel moderator di perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 ?

1.3 Tinjauan Pustaka

1.3.1 Variabel Independen

Likuiditas

Kasmir (2014), likuiditas ialah perbandingan guna menentukan kapabilitas perusahaan menyanggupi kewajiban mereka yang jatuh tempo, termasuk kewajiban ke perusahaan lain ataupun pihak dalam perusahaan.

Indikator :

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

Sumber : (Fahmi,2014:66).

Pengelolaan Aset

Brigham dan Houston (2010:139), tata kelola aset, yaitu perbandingan yang menentukan seberapa perputaran semua aktiva perusahaan, dan ditentukan hitungannya menggunakan pembagian pada penjualan dengan jumlah keseluruhan aktiva.

Indikator :

$$TATO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva(Total Aset)}}$$

Sumber : Kasmir (2014:157).

Firm Growth

(Purwohandoko, 2017) menyebutkan bila pertumbuhan perusahaan ialah satu dari sekian banyak tolak ukur atau pengukuran perusahaan di suatu kurun waktu tertentu.

Indikator :

$$FG = \frac{\text{Total Aset}_t - \text{Total Aset}_{t-1}}{\text{Total Aset}_{t-1}}$$

Sumber : (Indrawati dan Suhendro,2006).

1.3.2 Variabel Moderator

Struktur Modal

Sudana (2015:164) menyebut jika struktur modal ialah pembelanjaan periode lama bagi perusahaan yang ditentukan ukurannya mempergunakan rasio piutang jangka panjang dengan modal pribadi.

Indikator:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

Sumber : (Kasmir,2014:157).

1.3.3 Variabel Dependen

Nilai perusahaan

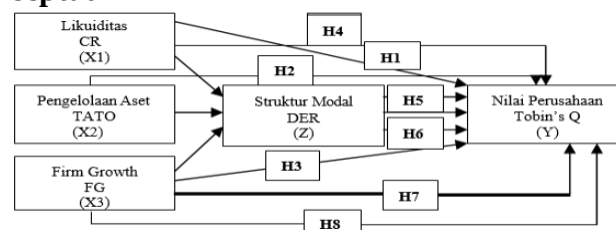
Gitman (2006:352) menyebut bila nilai perusahaan ialah nilai yang aktual perlembar saham yang hendak diperoleh jika aset perusahaan dijual berdasar harga saham.

Indikator:

$$\text{Tobin's } q = \frac{(EMV + D)}{(EBY + D)}$$

Sumber : Weston dan Copeland (2010:244).

1.4 Kerangka Konseptual



1.5 Hipotesis dalam penelitian :

H₁:Likuiditas (CR) memengaruhi bagi nilai perusahaan *consumer goods*.

Likuiditas merupakan kapabilitas perusahaan selama menyanggupi kewajiban jangka singkatnya (Wiagustini,2010:76). Kian besarnya likuiditas, berarti kian berkemampuan melunasi utangnya, sehingga perputaran simpanan perusahaan kian membaik, serta bisa

memberi pandangan positif bagi situasi perusahaan. Penghitungan likuiditas menggunakan current ratio dengan membagi aset lancar terhadap utang lancar. Manullang, dkk (2019:131) memaparkan bila guna menentukan ukuran efisiensi pemakaian aset lancar guna membayarkan piutang perusahaan ditentukan melalui perbandingan likuiditas.

H2: Pengelolaan Aset (TATO) memengaruhi bagi Nilai Perusahaan *consumer goods*.

Total perputaran aset adalah rasio yang membagi ukuran seluruh aset yang dimiliki perusahaan dengan jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh masing-masing aset rupiah. Ini adalah rasio sekuritas perusahaan terhadap total aset dalam hal volume penjualan. Semakin besar rasio ini, semakin baik perusahaan, yang berarti bahwa aset dapat berputar lebih cepat dan membuat penggunaan umum aset dalam generasi penjualan lebih efektif. Kasmir (2015). Kian tinggi nilai *total asset turnover* memperlihatkan kian efektifnya aktiva perusahaan selama menciptakan keuntungan bagi perusahaan (Misran, 2017).

H3: Firm Growth (FG) memengaruhi bagi Nilai Perusahaan *consumer goods*.

Firm growth berpengaruh kepada nilai perusahaan. Melalui kepemilikan aset perusahaan, bila perusahaan mengalami pertumbuhan mengalami peningkatan, sehingga daya untung bakal mengalami peningkatan. Produktivitas yang tinggi bakal meningkatkan profit perusahaan yang akan berdampak positif nilai perusahaan. penelitian (Khasanah, 2016).

H4: Likuiditas (CR) memengaruhi bagi nilai perusahaan *consumer goods* dengan Struktur Modal (DER) menjadi variabel moderator.

Menurut Horne dan Wachowiz (2012:163), semakin besar likuiditas perusahaan maupun kian membesarnya daya laba perusahaan, kian berakibat jenis pembiayaan yang bisa ditentukan, sehingga pembiayaan piutang kian menarik sejalan dengan naiknya likuiditas, situasi finansial, dan profitabilitas. Efisiensi dapat diukur menggunakan Rasio Saat Ini (CR), di mana liabilitas saat ini ditanggung oleh aset saat ini (Brigham & Houston, 2010). Likuiditas yang tinggi dapat mengurangi risiko beban modal dan menunjukkan bahwa organisasi tersebut memiliki aset likuid (Lopes, 2017).

H5: Pengelolaan Aset (TATO) memengaruhi bagi Nilai Perusahaan *consumer goods* dengan Struktur Modal (DER) sebagai variabel moderator.

Vijayakumar (2012) memaparkan bila perputaran aktiva memperlihatkan seberapa cepatnya aktiva berubah sebagai penjualan, sehingga mampu mengoptimalkan data laba. Perusahaan yang bisa mendapat untung secara maksimal, maka mampu memanajemen secara baik aset mereka atas penjualan. Dengan demikian, nilai TATO yang tinggi bakal mendapat respons positif dari pemodal, dan bisa memengaruhi harga perusahaan.

H6: Firm Growth (FG) memengaruhi bagi Nilai Perusahaan *consumer goods* serta

Struktur Modal (DER) sebagai variabel moderator.

Bila perusahaan mempunyai taraf pertumbuhan cepat, berarti bakal mengekspansi, maka pada masa depan cenderung memerlukan dana cukup banyak. Atas dasar itulah, taraf pertumbuhan perusahaan bakal memengaruhi susunan dari struktur modal yang bakal dipakai perusahaan guna menyanggupi pendanaan ekspansi, maka dibutuhkan optimalisasi struktur modal (Chowdhury and Chowdhury, 2010). Struktur modal bisa dijadikan variabel moderasi yang memengaruhi taraf pertumbuhan atas nilai perusahaan (Prawira, dkk. 2013), sehingga mampu mendapat hasil struktur modal yang termoderasi oleh pengaruh taraf pertumbuhan atas nilai perusahaan.

H₇: Likuiditas (CR), Pengelolaan Aset (TATO) dan Firm Growth (FG) secara simultan memengaruhi bagi Nilai Perusahaan *consumer goods*.

Semakin tingginya likuiditas pada perusahaan berarti kian tinggi pula kapabilitas perusahaan itu membayarkan utangnya, begitu pun sebaliknya (Devi, Sulindawati dan Wahyuni, 2017). Tata kelola aktiva perusahaan harus terlaksana secara efisien sebab bakal memengaruhi taraf penjualan, dan keuntungan perusahaan. (Vijayakumar, 2012) menyebut bila pertumbuhan suatu perusahaan dapat dinilai dari peningkatan jumlah asetnya. Nugroho (2018) mengungkapkan bahwa peningkatan aset menunjukkan peluang adanya kemungkinan perusahaan akan mendapatkan laba pada masa mendatang. Atas dasar itulah, investor menilai bahwa terdapat kenaikan aktiva pada perusahaan sebagai tanda positif dan berprospek cukup baik, maka nilai perusahaan bakal turut meningkat.

H₈: Likuiditas (CR), Pengelolaan Aset (TATO) dan Firm Growth (FG) secara simultan memengaruhi bagi Nilai Perusahaan *consumer goods* dengan Struktur Modal (DER) sebagai variabel moderator.

Likuiditas, yaitu kapabilitas perusahaan selama menyanggupi kewajiban jangka pendek mereka yang sudah jatuh tempo (Raharjaputra, 2009). Tata kelola aktiva perusahaan harus dilaksanakan secara efisien, sebab bakal memengaruhi taraf penjualan dan keuntungan perusahaan. Vijayakumar (2012) mengungkapkan bila pemodal memiliki ketertarikan pada perusahaan yang mampu menciptakan keuntungan maksimal, sehingga nilai TATO yang tinggi bakal memperoleh respons positif dari pemodal, serta bisa memengaruhi harga saham. Firm Growth (pertumbuhan perusahaan) memengaruhi daya laba melalui aktiva, sehingga terdapat pengaruh pada daya produksi maupun efisiensi perusahaan yang bakal memengaruhi daya laba mereka. Kian cepatnya pertumbuhan perusahaan, berarti kapabilitas perusahaan dalam menciptakan keuntungan pun kian tinggi, dan penilaian atas perbandingan daya laba pun tinggi (Kouser, 2012).