

BAB I **PENDAHULUAN**

I.1 Latar Belakang Masalah

Sering kita ketahui banyak pengusaha yang mendirikan perusahaannya mempunyai tujuan ingin perusahaannya maju dan memaksimumkan nilai perusahaan serta mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga penjualan sahamnya, karena para investor dapat menilai perusahaan tersebut memiliki keuntungan yang tinggi atau tidak dari tingginya harga saham. Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimumkan nilai perusahaan.

Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan, akan ada konflik antara kepentingan manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) sering disebut agency problem. Tidak jarang bahwa manajer perusahaan memiliki tujuan yang berbeda dan kepentingan yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Minat yang berbeda antara manajer dan pemegang saham telah mengakibatkan konflik yang biasa disebut dengan konflik keagenan. Hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham.

Tabel I.1
Fenomena Penelitian

Kode Emiten	Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Skor	Jumlah Hutang	Harga Saham
ULTJ	2017	711.681	5.186.940	25	978.150	1.295
	2018	701.607	5.555.871	29	780.915	1.350
	2019	1.035.865	6.608.422	30	953.283	1.680
	2020	1.109.666	8.754.116	27	3.972.379	1.610
GGRM	2017	7.755.347	66.759.930	75	24.572.266	83.800
	2018	7.793.068	69.097.219	65	23.963.934	83.625
	2019	10.880.704	78.647.274	82	27.716.516	53.000
	2020	7.647.729	78.191.409	53	19.668.941	41.000
HMSP	2017	12.670.534	43.141.063	67	9.028.078	4.730
	2018	13.538.418	46.602.420	85	11.244.167	3.870
	2019	13.721.513	50.902.806	54	15.223.076	2.150
	2020	8.581.378	49.674.030	66	19.432.604	1.505

Sumber : www.idx.co.id

Sektor industri barang dan konsumsi merupakan salah satu sektor saham yang mengalami fenomena seperti terlihat pada perusahaan ULTJ dimana laba bersih pada tahun 2019-2020 perusahaan ini mengalami kenaikan sebesar 7,12% namun tidak diikuti dengan harga saham yang mengalami penurunan 4,16% sehingga ditarik kesimpulan bahwa terjadi masalah. Untuk perusahaan GGRM dimana total aset mengalami kenaikan sebesar 3,50% pada tahun 2016- 2018 namun tidak diikuti dengan harga saham yang mengalami penurunan sebesar 0,20% sehingga di indikasikan bahwa di perusahaan ini mengalami masalah. Untuk perusahaan HMSP

dimana skor mengalami kenaikan sebesar 26,8 % pada tahun 2016 -2018 namun tidak diikuti dengan harga saham yang mengalami penurunan sebesar 18,1% sehingga di indikasikan bahwa di perusahaan ini mengalami masalah Untuk perusahaan HMSP dimana jumlah hutang mengalami kenaikan sebesar 27,65 % pada tahun 2016-2018 namun tidak diikuti dengan harga saham yang mengalami penurunan sebesar 30% sehingga di indikasikan bahwa di perusahaan ini mengalami masalah.

Profitabilitas Suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya, haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan/profitable. Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Sehingga, dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset. Menurut Fardelia Safira, Tituk Diah Widajantie (2021) penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Luh Nila,dkk (2018) menyatakan bahwa Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dibedakan dalam beberapa kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang besar dan terus tumbuh bisa menggambarkan tingkat profit mendatang, kemudahan pembiayaan ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor. Menurut Angrita Denziana &Winda Monica (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Eka Indriyani (2017), menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tanggung-jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan dimana suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus berdasarkan keputusan tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan, melainkan juga harus menimbang dalam dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusan yang diambil, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Arief Raharjo, Indira Djanuari (2015) tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Menurut Ahmad Murad (2020) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Keputusan pendanaan yang diambil dengan tidak cermat akan menimbulkan gangguan-gangguan financial yang akan menimbulkan penurunan profitabilitas perusahaan dan pada akhirnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Keputusan pendanaan ini berkaitan dengan kebijakan manajer dalam menentukan proporsi yang tepat antara jumlah hutang dan jumlah modal sendiri didalam perusahaan sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Dedi Irawan, Nurhadi Kusuma (2019) struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Menurut Reza Novitasari,dkk (2021) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan beberapa batasan yang telah ada sebelumnya, maka peneliti akan meneliti lebih lanjut tentang **“Analisis Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tanggungjawab Sosial dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2020”**.

I.3 Teori Pengaruh

I.3.1 Analisis Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Prasetyorini (2013:194), profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham perusahaan. Adanya peningkatan laba per lembar saham perusahaan akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan. Dengan banyaknya investor yang membeli saham perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Ernawati (2016), profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya.

Menurut Kasmir (2013) rasio profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.

I.3.2 Analisis Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Prasetyorini (2013:191), ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan.

Menurut Sukmana (2013), ukuran perusahaan dapat dilihat dari keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Wiguna (2016), semakin banyak investor berinvestasi semakin banyak pula dana yang digunakan untuk membiayai perusahaan yang diharapkan dapat meraih keuntungan yang banyak sehingga harga saham naik dan nilai perusahaan akan naik.

I.3.3 Analisis Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Ganang Radityo (2015) Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (sustainable) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan cekpedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Menurut kasmir (2012:202), semakin baiknya suatu perusahaan dalam mengelola aktivitasnya dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang ditunjukkan oleh nilai ROA yang semakin besar. Naiknya peningkatan ROA profitabilitas dari perusahaan akan berpengaruh terhadap *return* saham yang didapat oleh pihak penanam modal akan mengalami peningkatan pula.

I.3.4 Analisis Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2013), struktur modal yang optimal bagi suatu perusahaan didefinisikan sebagai struktur yang akan memaksimalkan harga saham suatu perusahaan. Struktur modal disimpulkan sebagai bauran pendanaan perusahaan yang harus dimanajemen dengan baik sehingga mampu memaksimalkan nilai suatu perusahaan.

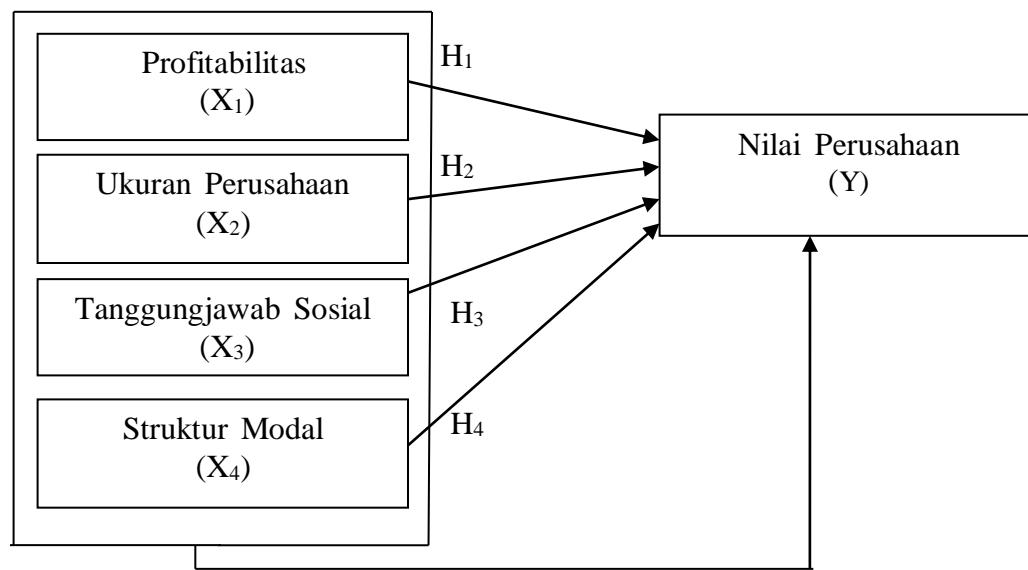
Menurut Pantow (2015), salah satu yang harus diambil untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah keputusan pendanaan, dimana perusahaan akan menentukan struktur modal yang terbaik untuk mencapai tujuan perusahaan. Besarnya penggunaan dana eksternal maupun internal akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Hermuningsih (2015), bagi perusahaan adanya hutang dapat membantu untuk mengendalikan penggunaan dana kas secara bebas dan berlebihan oleh pihak manajemen. Peningkatan kontrol ini pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari peningkatan harga saham.

I.4 KERANGKA KONSEPTUAL

Variabel Independen

Variabel Dependen



Gambar 1: Kerangka Konseptual

I.5 HIPOTESIS PENELITIAN

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI.
- H2: Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI.
- H3: Tanggungjawab sosial berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI.
- H4: Struktur modal berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI.
- H5: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tanggungjawab sosial dan Struktur Modal berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI.