

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan adalah cermin utama untuk mengetahui prospek bisnis ke depannya. Saat nilai ini meningkat, pasar biasanya memberikan sentimen positif karena dianggap mampu menghasilkan profit sekaligus mengelola risiko dengan baik. Secara teknis, fenomena ini sering kita lihat dari fluktuasi harga saham yang diukur lewat rasio **Price to Book Value (PBV)** atau **Tobin's Q**—keduanya menunjukkan bagaimana pasar menghargai aset perusahaan dibanding nilai aslinya..

Sektor Manufaktur menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia baik bagi investor domestik maupun asing. Dalam konteks pengambilan keputusan investasi dan kebijakan internal perusahaan, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi sangat krusial. Ukuran perusahaan dalam konteks fenomena tersebut menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset, di mana perusahaan besar seperti PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) terbukti tidak selalu mampu mempertahankan nilai perusahaannya meskipun memiliki aset yang besar. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba, namun kasus UNVR memperlihatkan bahwa profitabilitas tinggi tidak menjamin kenaikan nilai perusahaan ketika dipengaruhi faktor eksternal seperti ketidakpastian global dan perubahan pola konsumsi. Likuiditas menjadi gambaran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, yang bisa berpengaruh pada persepsi risiko investor, sebagaimana terlihat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang tetap stabil meskipun menghadapi peningkatan utang akibat akuisisi besar. Sementara itu, audit berperan dalam memberikan keyakinan atas kredibilitas laporan keuangan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor ketika perusahaan menghadapi dinamika nilai perusahaan yang tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh kinerja keuangan internal.

Terdapat fenomena yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak selalu bergerak seiring dengan peningkatan kinerja keuangan internal. Sebagai contoh, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) menjadi salah satu perusahaan manufaktur besar di Indonesia dengan profitabilitas tinggi dan ukuran aset yang besar, namun Performa harga saham UNVR mengalami penurunan yang signifikan sejak tahun 2018, dengan total penurunan hingga 64% dalam periode 2018-2022. Lebih spesifik lagi, dalam periode 2020-2022 yang menjadi fokus analisis, penurunan harga saham mencapai lebih dari 46% secara year-to-date. Penurunan ini terjadi di tengah meningkatnya ketidakpastian global dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Sebaliknya, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) menunjukkan nilai perusahaan yang cenderung stabil, walaupun leverage meningkat akibat ekspansi dan akuisisi. Pada tahun 2020, ICBP menyelesaikan akuisisi Pinehill Company Limited senilai US\$ 2,99 miliar (setara Rp 43,45 triliun), dengan US\$ 2,05 miliar berasal dari fasilitas sindikasi perbankan, mengakibatkan peningkatan utang yang substansial. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor keuangan internal tidak selalu berbanding lurus secara langsung terhadap nilai perusahaan, dan terdapat pengaruh lain seperti ekspektasi pasar, persepsi risiko, dan stabilitas ekonomi makro. Fenomena ini memperlihatkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, audit, dan nilai perusahaan masih bersifat dinamis dan perlu diteliti lebih lanjut.

Penelitian ini penting dilakukan karena sektor manufaktur menjadi salah satu penggerak utama perekonomian nasional. Selain itu, nilai perusahaan tidak hanya penting bagi investor, tetapi juga menjadi ukuran bagi manajemen perusahaan dalam mengevaluasi kinerja dan menyusun strategi bisnis. Dengan memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, baik investor maupun manajemen dapat membuat keputusan yang lebih akurat dan strategis.

Penelitian ini memiliki beberapa kebaruan yang dapat memberikan kontribusi ilmiah, seperti fokus pada sektor manufaktur, yang sering kali kurang dibahas secara mendalam dibanding sektor keuangan. Memberikan wawasan empiris baru mengenai penciptaan nilai perusahaan di Indonesia dari sudut pandang manager dan investor. Mengingat berbagai penelitian sebelumnya maka penulis menetapkan perumusan masalah sebagai berikut **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas Dan Audit terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

## **I.2 Landasan Teori**

### **I.2.1 Teori Nilai Perusahaan**

Kinerja keuangan, termasuk profitabilitas, likuiditas, dan kinerja audit, memengaruhi nilai perusahaan. Angka tersebut menjadi indikator penting untuk melihat seberapa baik manajemen dalam mengatur dan memanfaatkan sumber daya perusahaan (*Harahap dan Lumbanraja, 2020*). Rasio Harga terhadap Nilai Buku (PBV), perbandingan antara nilai pasar saham dan nilai buku perusahaan dapat digunakan sebagai salah satu ukuran dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Pasar menilai perusahaan lebih tinggi ketika PBV-nya lebih tinggi (*Widyawati dan Febrianto, 2019*).

### **I.2.2 Teori Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut (*Muchlisin Riadi, 2020*) Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu entitas bisnis dengan melihat total aset, nilai pasar, jumlah saham, penjualan, pendapatan, dan modal. Berdasarkan skala operasi, perusahaan terbagi menjadi tiga kelompok: besar dengan aset dan penjualan tinggi, menengah dengan kapasitas sedang, serta kecil dengan aset dan penjualan rendah. Menurut (*Widiastari & Yasa, 2018*), ukuran perusahaan dilihat dari besar kecilnya dengan mengacu pada total aktiva, penjualan, nilai saham, dan faktor lain yang mencerminkan kondisi perusahaan. Perusahaan dapat diklasifikasikan menjadi besar, menengah, atau kecil sesuai skala operasinya.

### **I.2.3 Teori Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut *Pratiwi dan Putra (2023)* menyatakan bahwa kemampuan suatu perusahaan untuk secara konsisten menghasilkan keuntungan mencerminkan profitabilitasnya dalam kaitannya dengan nilainya. Perusahaan yang terus menghasilkan keuntungan dipandang oleh investor sebagai perusahaan yang memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan, yang meningkatkan kepercayaan pasar. Profitabilitas, menurut *Hergianti (2020)*, digunakan untuk mengevaluasi kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber dayanya. Rasio ini menilai seberapa banyak bisnis dapat menghasilkan keuntungan dari penjualan, aset, dan modal saham yang digunakan untuk operasional sehari-hari.

### **I.2.4 Teori Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut *Utami dan Darmawan (2022)*, likuiditas berkaitan dengan nilai perusahaan karena investor menilai kemampuan membayar utang jangka pendek sebagai indikator kesehatan keuangan. Kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek menjadi salah satu indikator stabilitas serta meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan. Menurut *Hery (2023)*, likuiditas menggambarkan rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Rasio ini digunakan untuk melihat seberapa baik perusahaan dapat membayar utang yang segera jatuh tempo, sehingga menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan.

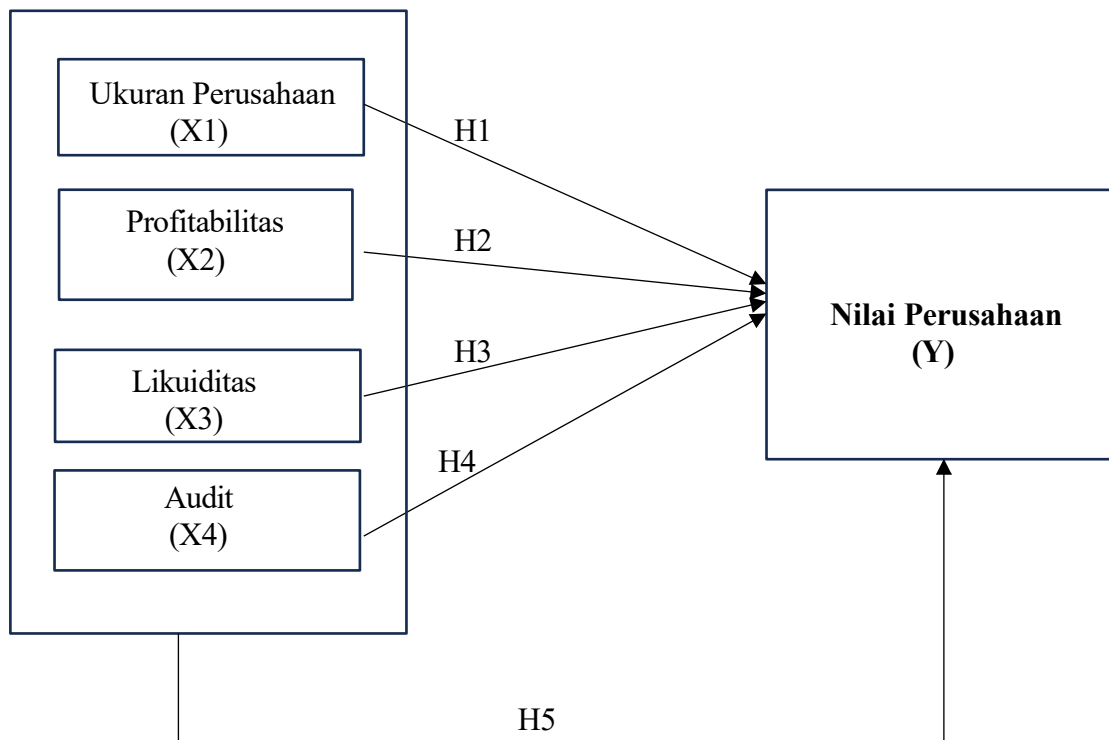
### **I.2.5 Teori Pengaruh Audit Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut *Simanjuntak dan Siregar (2019)*, audit independen dengan kualitas yang baik mampu meningkatkan kepercayaan investor, mengurangi risiko informasi, serta mendorong kenaikan nilai perusahaan. Audit yang dilakukan secara profesional memberi jaminan bahwa laporan keuangan lebih andal, sehingga perusahaan dipandang lebih transparan dan memiliki prospek yang lebih kuat di mata pasar. Menurut *Putri dan Santosa (2020)*, audit tidak selalu memberi hasil yang baik. Dalam kondisi tertentu, audit yang lemah atau hanya dilakukan sebagai formalitas justru menambah biaya tanpa memberikan manfaat nyata. Situasi ini dapat menurunkan efisiensi perusahaan dan tidak meningkatkan nilai perusahaan

### **I.2.6 Teori Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Audit Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI**

Menurut teori signaling, bisnis dengan indikator keuangan yang kuat akan memberikan sinyal yang baik kepada pasar. Ukuran perusahaan yang besar, pengelolaan utang yang baik, tingkat profitabilitas yang tinggi, serta likuiditas yang cukup dapat mendorong meningkatnya kepercayaan investor dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Menurut studi empiris, nilai suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh ukuran, profitabilitas, likuiditas, dan kinerja audit secara bersamaan. Keempat faktor ini merupakan indikasi penting dalam memengaruhi persepsi investor dan keputusan nilai pasar tentang perusahaan manufaktur, menurut penelitian *Pratiwi & Putra (2023)* dan *Utami & Darmawan (2022)*. Oleh karena itu, mengkaji pengaruh gabungan dari keempat variabel keuangan tersebut terhadap nilai perusahaan menjadi penting dan menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks pascapandemi dan pemulihan ekonomi di tahun 2022. Selain itu, hal ini juga tidak hanya memberikan kontribusi praktis bagi pihak manajemen perusahaan dalam menetapkan kebijakan keuangan, tetapi juga memberikan pemahaman teoretis bagi akademisi dan auditor dalam menganalisis kinerja dan nilai entitas bisnis.

### 1.3 Kerangka Konseptual



### 1.3 Hipotesis Penelitian

- H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H2 : Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
- H4 : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H5 : Ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI