

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bisnis di Indonesia saat ini mengarungi perkembangan yang begitu Cepat, hal ini didorong dengan penambahan permintaan lokal, dari konsumsi rumah tangga maupun investasi, yang dengan perkembangan ini mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perkembangan yang terjadi ditandai melalui meningkatnya total bagian usaha yang berkecimpung di berbagai sektor. Salah satu sektor perusahaan yang mengalami perkembangan ini adalah perusahaan sektor manufaktur, yang merupakan perusahaan yang berkecimpung di bidang aspek penghasil barang dengan proses memanfaatkan bahan baku untuk menjadikan barang yang bernilai jual. Perusahaan manufaktur juga merupakan sektor strategis dalam perekonomian negara, karena mampu menghasilkan nilai tambah dan menumbuhkan lapangan kerja yang besar. Sub sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Perkembangan sub sektor makanan dan minuman di Indonesia sangat pesat dan memiliki peluang bisnis yang memiliki prospek cerah di Indonesia, karena tersedianya pasar yang besar dan anggapan bahwa produk makanan dan minuman menjadi produk yang diperlukan oleh masyarakat, sehingga sangat memungkinkan masyarakat dalam kesehariannya mengkonsumsi produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Menjadi perusahaan yang menjalani aktivitas bisnis yang sarat dengan resiko, tentunya pemilik perusahaan mengharapkan usaha yang dilakukan membuahkan besarnya keuntungan yang setimpal bahkan lebih dengan besarnya resiko yang dihadapi, yang mana ini merupakan pencapaian target yang sudah ditetapkan sedari awal. Pencapaian target ini merupakan sebuah prestasi yang mana merupakan cerminan kesuksesan pengelolaan perusahaan, namun jika target tersebut tidak tercapai, maka bisa merusak citra atau nilai perusahaan dan juga keyakinan pemilik saham terhadap perusahaan (Ningrum, 2022:2).

Rejeki & Haryono (2021) memiliki persepsi, bagian dari tujuan dibentuknya perusahaan ialah memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang bisa tercapai lewat mengoptimalkan nilai dari perusahaan. Pramana & Mustanda (2016) memiliki persepsi bahwa perusahaan yang sudah *go public*, condong menarik perhatian investor dengan meningkatkan nilai perusahaannya. Pemaksimalan nilai harga saham pada perusahaan yang telah *go public*, menjadi salah satu syarat krusial bagi perusahaan mencapai tujuan tersebut. Nilai perusahaan sendiri merupakan kondisi yang sudah tercapai oleh perusahaan melalui proses proses kegiatan beberapa tahun perusahaan, yang menjadi cerminan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Hery, 2017:5) . Dipercaya nilai perusahaan tidak belaka mencerminkan kinerja perusahaan masa kini namun dapat juga menggambarkan prospek dari perusahaan di masa depan (Putra & Sarumpaet, 2017). Diukurnya nilai perusahaan bisa dengan PBV, yang merupakan perbandingan harga saham dengan nilai buku per saham. Lestari et al., (2020) berpendapat, nilai PBV yang tinggi menjadi

satu dari sekian alasan pemegang saham mendapat tingkat kesejahteraan tinggi serta membangkitkan kepercayaan pasar kepada ramalan perusahaan di masa depan.

Muharrama et al., (2021) berpendapat faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan secara prinsip yaitu ukuran perusahaan (*firm size*), *leverage* dan profitabilitas. Putu et al., (2014) juga mengemukakan *firm size* dipandang mampu mempengaruhi nilai dari perusahaan. Dengan kian besarnya ukuran perusahaan atau skalanya perusahaan menjadi makin mudah dipercaya. Hery (2017:11) mengemukakan *firm size* adalah skala yang bisa mengkategorikan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara, yang bisa diukur dengan nilai pasar saham, total aset, dan lain-lain. Saat *firm size* besar, maka jumlah aset dan modal yang dimiliki juga semakin besar, namun kebutuhan dana untuk mengoperasikan seluruh kegiatan perusahaan juga semakin besar. Menurut Lestari et al., (2020) pun perusahaan yang besar bisa mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut menyongsong pertumbuhan yang meningkatkan nilai perusahaan pada akhirnya. Menurut Putu et al., (2014) Ukuran perusahaan sangat penting bagi investor dan pemberi pinjaman karena dapat mengindikasikan tingkat risiko yang terkait dengan investasi di perusahaan tersebut. Putu et al., (2014) juga berpendapat, ukuran perusahaan diukur dari besar kecilnya skala perusahaan yang diwakili oleh faktor-faktor seperti penjualan, aset, rata-rata total aset dan rata-rata total penjualan. Putu et al., (2014) memiliki pandangan di Indonesia, para peneliti cenderung menggunakan total aset atau total penjualan sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Bagi Indriyani (2017)

firm size dianggap mempengaruhi nilai perusahaan sebab kian besarnya *firm size*, kian mudah perusahaan mendapat pendanaan dari berbagai sumber yang bisa menunggangi pencapaian tujuan perusahaan. Sisi lainnya bisa memicu banyaknya hutang akibat resiko perusahaan memenuhi tanggung jawab amat kecil. Hasil penelitian Dewi & Soedaryono (2023) memaparkan *firm size* mempengaruhi nilai perusahaan, sesuai dengan pernyataan sebelumnya bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah *firm size*.

Brigham & Houston (2019:126) mengemukakan *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penting menjadi pandangan lebih manajer keuangan sebagai sebab dari besarnya perkembangan teknologi dan pasar keuangan (Al-Slehat, 2020). Lestari et al., (2020) menekankan semakin tinggi nilai *leverage* keuangan perusahaan, semakin tinggi biaya bunga utang yang wajib dibayar, dan akibatnya, nilai perusahaan mengalami penurunan. sebab itu, perusahaan harus bisa mengoptimalkan sumber daya keuangan untuk mencapai profitabilitas yang diimpikan (Al-Slehat, 2020). Seandainya tidak maka tingginya *leverage* dapat menurunkan nilai perusahaan (Lestari et al., 2020). Ningrum (2022:5) berpendapat *leverage* mengukur kesanggupan perusahaan memenuhi seluruh kewajiban finansialnya. Al-Slehat (2020) berpendapat *leverage* mengacu pada pemakaian utang di struktur modal perusahaan, saat keputusan keuangan harus dibuat, perusahaan wajib mencermati pertimbangan struktur modal sebab dapat mempengaruhi ekuitas dan campuran utang yang akhirnya berdampak kepada pengembalian pemegang saham dan keuntungan perusahaan. Berpengaruhnya *leverage*

terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian Kusumaningrum & Iswara (2022) bahwasanya *leverage* memiliki *impact* positif terhadap nilai perusahaan.

Bagi Brigham & Houston (2019:126) yang termasuk faktor nilai perusahaan dipengaruhi ialah oleh profitabilitas, yang mana profitabilitas menyuguhkan kemampuan perusahaan yang tercerminkan oleh pendapatan keuntungan selama periode tertentu. Memastikan kesuksesan dan kelangsungan hidup bisnis ditentukan oleh kemampuan untuk menghasilkan laba sehingga profitabilitas penting, karena ini juga akan menunjukkan prospek perusahaan. Hery (2017:7) beranggapan profitabilitas merupakan kesanggupan mendapatkan keuntungan atau laba oleh perusahaan dalam periode tertentu. Suwardika & Mustanda (2017) beranggapan dengan penanaman saham oleh investor tentunya mengharapkan *return*, yang mana kian tinggi perusahaan cakap menghasilkan laba, tinggi *return* yang diimpikan investor pun tercapai, hingga pada akhirnya nilai perusahaan bakal meningkat. Calon Investor akan melihat atau meninjau laporan keuangan perusahaan, karena kinerja perusahaan dicerminkan dari laporan keuangan yang dipublikasikan perusahaan (Ningrum, 2022:2). Kandidat investor yang meninjau laporan keuangan tersebut salah satunya menggunakan analisis rasio keuangan yang utamanya biasa dipakai yaitu profitabilitas, yang mana pertumbuhan laba perusahaan dilihat dari peningkatan nilai rasio tersebut, maka dari itu dapat dibagikan keuntungannya bagi investor dan perusahaan (Marantika, 2012). Penelitian Welly et al., (2019) sejalan dengan pernyataan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi & Soedaryono (2023b), dan Welly et al., (2019) terdapat juga penelitian Margono & Gantino (2021) dengan judul *The influence of firm size, leverage, profitability, and dividend policy on firm value companies in indonesia stock exchange* yang mengungkapkan *leverage, profitability* dan *dividend policy* memiliki pengaruh kepada nilai perusahaan, namun *firm size* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, untuk itu kebaruan penelitian ini jika dilihat dari tinjauan peneliti sebelum-sebelumnya adalah variabel penelitian ini yang digunakan hanyalah *firm size, leverage* dan profitabilitas, lalu perusahaan yang diteliti yaitu peneliti memilih perusahaan manufaktur, kemudian periode tahun yang akan diteliti yang mana periode tahun di sektor perusahaan yang berbeda tentunya menampilkan hasil yang berbeda pula.

B. Perumusan Masalah

Terdapat rumusan masalah yang hendak dibahas tertera sebagai berikut :

1. Apakah *firm size, leverage* dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
2. Apakah *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur terdaftar di BEI ?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah sebelumnya, maka dari itu tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *firm size*, *leverage* dan profitabilitas secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *firm size* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Manfaat teoritis

Dari penelitian ini diharap bisa membagikan peran tambahan terkait ilmu mengetahui ilmu pengetahuan *firm size*, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

2. Manfaat praktis

- a. Calon investor

Untuk investor atau penyandang dana diharapkan dari diharapkan melalui hasil penelitian ini menjadi anjuran dan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan investasi pada perusahaan manufaktur di Indonesia dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

- b. Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan lewat penelitian ini bisa memberikan masukan demi memahami pengaruh variabel yang

digunakan dalam penelitian terhadap perusahaan. Dan juga diharapkan perusahaan menjadikan hasil penelitian ini sebagai tolak ukur dan dipandang menjadi saran dalam peningkatan kinerja perusahaan.

c. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan tambahan dan sumber acuan dalam penelitian sejenis dibidang yang sama.