

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian dunia tidak selamanya dalam keadaan baik – baik saja ada saat nya situasi perekonomian tidak stabil, dengan situasi perekonomian yang tidak stabil akan berdampak pada berbagai pihak terutama pada kondisi bisnis ataupun perusahaan (Kusmiyati dan Machdar, 2023). Di era saat ini, era perkembangan ekonomi yang pesat dan globalisasi, serta perkembangan teknologi yang semakin kompleks, persaingan antar perusahaan dari berbagai industri bisnis semakin ketat (Putri & Mukti, 2023).

Perusahaan pasti ingin perusahaannya terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman, sehingga perusahaan dalam kegiatan operasionalnya akan berusaha untuk terus-menerus meningkatkan nilai perusahaannya. Mengingat salah satu tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan (Jonathan & Machdar, 2018)

Bagi pemegang saham, keberhasilan suatu perusahaan tercermin dari meningkatnya nilai. Nilai perusahaan memberikan gambaran kepada pemegang saham tentang seberapa baik suatu perusahaan dikelola. Dengan asumsi bahwa administrasi menangani organisasi dengan benar dan efisien, maka nilai organisasi akan meningkat. Harga saham seringkali menunjukkan peningkatan nilai perusahaan di mata pemegang saham (Savitri *et al.*, 2021).

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama bisnis, termasuk meningkatkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat pasar yakin terhadap kinerja perusahaan dan prospeknya di masa depan. Untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan harus memenuhi kebutuhan keuangannya untuk memaksimalkan efisiensi operasional. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan harga sahamnya, yang mencerminkan kesejahteraan pemegang saham perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2022).

Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor dan menandakan semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan yang semakin baik. Semakin meningkatnya nilai perusahaan akan semakin tinggi pengembalian yang diperoleh. Dengan adanya tujuan perusahaan untuk memaksimumkan nilai perusahaan berarti perusahaan dituntut untuk mengambil keputusan dengan memperhitungkan akibat terhadap nilai dan harga saham. Nilai suatu perusahaan dapat menjadi petunjuk mengenai apa yang investor inginkan atas kinerja perusahaan di masa lalu dan prospek di masa yang akan datang (Holifah *et al.*, 2020).

Persepsi positif investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan dan mengelola seluruh sumber dayanya itulah yang menentukan nilainya. Penciptaan nilai perusahaan yang tinggi tidak diragukan lagi bisnis yang sukses. Keberhasilan organisasi dalam mengelola aset idealnya memberikan dampak positif bagi penyandang dana, sehingga meningkatkan kredibilitas organisasi (Wahyuni dan Banjarnahor, 2022). Menurut Indrarini (2019) nilai perusahaan merupakan persepsi

investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham dan nilai perusahaan dapat menggambarkan kondisi finansial perusahaan.

Dalam pasar modal harga saham seringkali berfluktuasi, baik naik maupun turun. Fluktuasi harga saham tersebut merupakan fenomena yang menarik untuk dibahas terkait naik atau turunnya nilai perusahaan. Kondisi pasar saham atau kinerja saham di pasar modal dapat diamati melalui Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), dimana investor dapat memantau pergerakan harga saham. Semakin tinggi harga IHSG maka semakin tinggi pula nilai perusahaan secara keseluruhan. Salah satu pasar modal yang ada di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana BEI mengklasifikasikan perusahaan ke dalam beberapa sektor, salah satunya ada sektor *Consumer non-cyclicals* (Ali *et al.*, 2021)

Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* merupakan perusahaan yang bergerak dari berbagai industri antara lain, industri makanan dan minuman, industri farmasi, industri kosmetik, industri rokok, dan industri peralatan rumah tangga (*link* : www.sahamok.com). Alasan peneliti memilih sektor ini karena pada dasarnya perusahaan *consumer non-cyclicals* adalah perusahaan yang diperlukan masyarakat untuk mencukupi kebutuhan pokok. Selain itu, sektor ini menjadi pilihan yang diminati investor untuk melakukan investasi, karena sektor *consumer non-cyclicals* menjadi pilihan masyarakat terkait kegiatan sehari-hari (Khayati *et al.*, 2022)

Pada tahun 2021 sektor *consumer non-cyclicals* melemah sebesar 7,43%. Dikarenakan adanya wabah Covid-19 yang menyebar sangat cepat kepada masyarakat,

sehingga pemerintah menerapkan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berlaku sejak 11 Januari 2021. Kepala Riset NH Korindo Sekuritas Anggaraksa Arismunandar menyatakan bahwa sektor *consumer non-cyclicals* yang didominasi oleh saham-saham berkapitalisasi besar memang cenderung tertekan sejak awal tahun. Hal tersebut disebabkan oleh daya beli masyarakat yang melemah (Intan & Mahadi, 2021).

Berdasarkan informasi dari Bursa Efek Indonesia (BEI), sektor *consumer non-cyclicals* turun 15,63% *year to date* (ytd). Dimana saham emiten *food maker* PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) naik 13,05% ytd, kemudian saham perusahaan induknya yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga melemah 8,76% dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 12,92%. Namun pasca pemberlakuan pembatasan aktivitas lokal (PPKM) krisis pada 3-20 Juli 2021 khusus di Pulau Jawa dan Bali, memberikan semangat bagi saham-saham, khususnya sektor *consumer non-cyclicals*, untuk bergerak lebih cepat dengan menguat sebesar 1,8% (Ika, 2021).

Pada tahun 2020, adanya fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan pada PT Gudang Garam Tbk (GGRM). Dimana harga saham PT GGRM berkurang di akhir penutupan. Saham PT. Gudang Garam, Tbk. di level Rp 40.925 per penawaran, turun 6,99 persen. Pasar saham dalam negeri terpuruk akibat kondisi negara yang melemah akibat virus Covid-19 yang menyebabkan harga saham anjlok. Harga saham GGRM berkisar Rp 43.850 per unit hingga Rp 40.925 per unit. Kinerja indeks sektor konsumen non-siklus mengalami penurunan sebesar 5,76 persen akibat turunnya harga saham GGRM (Suzan & Shafira, 2022)

Pada tahun 2021, saham-saham berkapitalisasi besar juga mengalami penurunan harga saham seperti PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mengalami penurunan 43,67% menjadi Rp. 4.140 per saham, PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) turun 35,97% ke Rp. 970, PT Mayora Indah Tbk (MYOR) -30,93% . Penurunan cukup signifikan pada saham-saham tersebut dikarenakan adanya pengetatan kegiatan masyarakat pada bulan juli 2021. Analis Pilarmas Investindo Sekuritas Okie Ardiastama mengatakan bahwa koreksi yang terjadi pada saham-saham sektor ini disebabkan oleh beberapa faktor yang berawal dari menurunnya ekspektasi pelaku pasar terhadap prospek bisnis emiten untuk tahun 2021, melemahnya daya beli masyarakat, hingga kehati-hatian masyarakat dalam mengeluarkan pendapatannya (Qolbi & Rahmawati, 2021).

Fenomena fluktuasi saham tentu akan mempengaruhi minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* saat ini. Terlihat bahwa salah satu perusahaan tersebut mengalami penurunan harga saham dimana harga saham sering dikaitkan dengan nilai perusahaan (Rahma dan yahya, 2021). Oleh karena itu timbul pertanyaan, mengapa tiap tahun terjadi fluktuasi saham dan hal ini menjadi alasan peneliti tertarik untuk meneliti nilai perusahaan sebagai variabel dependen, maka dari itu penting untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Growth Opportunity*. GO merupakan perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang asetnya dapat digunakan sebagai agunan utang

cenderung menggunakan utang yang relatif besar. Semakin tinggi pertumbuhan aset maka akan semakin tinggi struktur modalnya (Inrawan *et al.*, 2021)

Peningkatan aset yang di ikuti peningkatan hasil operasional akan semakin menambah keyakinan dari pihak luar terhadap perusahaan. Hal ini akan menjadi respon positif dari para investor sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan. Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang bagi setiap perusahaan sangat penting sebagai penyeimbang keuangan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhannya lebih tinggi cenderung menggunakan dana dari luar (Holifah *et al.*, 2020).

Penelitian (Ramadhanti dan Cipta, 2022) menyatakan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan perkiraan tingginya pertumbuhan kedepannya akan menjadikan saham sebagai dana operasional emiten. Dengan tingginya *growth opportunity* akan mampu menarik minat para penanam modal. *Growth opportunity* memberi indikasi terkait pertumbuhan kedepannya, maka setiap kebijakan dalam hal menentukan modal usaha akan mendapat perkembangan perusahaan. Tingginya tingkat pencapaian *growth opportunity* akan menjadi faktor baik untuk nilai perusahaan.

Penelitian (Halim, 2022) *Growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi cenderung lebih banyak membutuhkan dana di masa depan sehingga mengandalkan pinjaman eksternal. Perusahaan harus menanggung beban utang dan bunga yang tinggi sehingga berakibat menurunkan nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Cash Holding*. *Cash Holding* adalah kas atau setara kas yang ditahan oleh perusahaan untuk berbagai tujuan tertentu bagi perusahaan. *Cash holding* perusahaan berkaitan dengan upaya perusahaan untuk meminimalisir biaya pendanaan eksternal. Dimana dengan memiliki kas pada jumlah yang besar investasi dapat terlebih dahulu dibiayai dengan asal pendanaan internal, apabila tidak tercukupi maka digunakan pendanaan eksternal (Sapitri & Ginting, 2022).

Penelitian (Sapitri dan Ginting, 2022) menyatakan bahwa *cash holding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *cash holding* terhadap perusahaan food and beverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil yang positif menunjukkan bahwa ketika perusahaan memiliki uang kas tunai, maka pembiayaan baik internal maupun eksternal dapat dibayarkan oleh perusahaan itu sendiri sehingga dipersepsikan investor perusahaan memiliki kepemilikan kas yang cukup dan mengelola uang kas tunai dengan baik.

Penelitian (Firmansyah *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa *cash holding* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Apabila perusahaan memiliki persediaan kas yang melebihi batas wajar, maka manajer dapat melakukan aktivitas yang untuk kepentingan pribadi yang meningkatkan konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas. Profitabilitas adalah suatu cara yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan

dalam mendapatkan keuntungan dalam suatu waktu atau suatu periode tertentu. Jika profitabilitas suatu perusahaan meningkat maka pemasok, investor dan juga kreditor dapat meninjau kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, hal ini berindikasi positif terhadap nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan kemampuan *return* / dividen tersebut akan para pemilik saham (Syahputra, 2020).

Profitabilitas suatu perusahaan meningkat maka pemasok, investor dan juga kreditor dapat meninjau kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, hal ini berindikasi positif terhadap nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan kemampuan *return* / dividen tersebut akan para pemilik saham (Syahputra, 2020).

Profitabilitas terlihat baik dan kondisi ini berlangsung secara stabil maka nilai perusahaan juga akan tinggi, harga saham mungkin akan tinggi sesuai dengan yang diperkirakan, dan manajemen telah melakukan pekerjaannya dengan baik. Jika perusahaan memiliki profitabilitas yang baik maka investor akan tertarik menanamkan modalnya, karena adanya harapan akan memperoleh keuntungan dari penanaman modal tersebut (Zidane & Suwarti, 2022).

Penelitian (Dewi dan Ekadjaja, 2020), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana adanya indikasi membaiknya prospek perusahaan, seperti keuntungan atau keuntungan yang tinggi, dapat mendorong investor untuk ikut serta dalam peningkatan permintaan saham. Permintaan saham meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Ali *et al.*, (2021), menunjukkan hasil bahwa

ROA berpengaruh tidak secara nyata (signifikan) terhadap nilai perusahaan, dengan kata lain ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian perusahaan sektor industri barang konsumsi belum dapat mengelola asetnya secara efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penulis tertarik untuk meneliti ketiga variabel tersebut sebagai variabel independen karena masih terdapat kesenjangan penelitian berdasarkan uraian latar belakang di atas dan hasil beberapa penelitian sebelumnya. Hasil penelitian mengenai *growth opportunity*, *cash holding* dan profitabilitas terus menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menguji dan menganalisis keterkaitan antar variabel yang diteliti dengan mengangkat judul **“Pengaruh *Growth Opportunity*, *Cash Holding* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yang didasarkan pada latar belakang sebelumnya sebagai berikut :

1. Apakah *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*?
2. Apakah *Cash Holding* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*?

4. Apakah *Growth Opportunity*, *Cash Holding* dan Profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yang didasarkan pada latar belakang dan rumusan permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Cash Holding* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Growth Opportunity*, *Cash Holding* dan Profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi pihak-pihak yang tertarik dengan temuan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber perspektif untuk pemeriksaan lebih lanjut dan menambah referensi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, penulis juga berharap hasil penelitian ini nantinya akan dapat mendorong peningkatan eksplorasi lebih lanjut di bidang akuntansi. Selain itu diharapkan dapat menambah wawasan lebih dalam mengenai pengaruh *Growth Opportunity*, *Cash Holding* dan Profitabilitas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk pihak manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Skripsi yang disusun diharapkan dapat dipergunakan secara ilmiah sebagai bahan pemikiran dalam menentukan keputusan berinvestasi dan dapat menjadi referensi untuk situasi yang berbeda dan nyata dalam organisasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan Skripsi ini dibagi dalam beberapa bab dengan tujuan untuk mempermudah pencarian informasi yang dibutuhkan. Pembagian bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan pada bab ini, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan landasan teori dalam penulisan skripsi ini, meliputi teori-teori yang menjadi landasan acuan teori yang digunakan dalam menganalisis pada penelitian ini, yang meliputi telaah teoritis, telaah empiris, kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan skala pengukurannya, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data. Dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian