

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pertumbuhan industri ini di Indonesia sangat pesat, tercermin dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor-sektor ini meliputi industri dasar dan kimia, berbagai industri, serta industri barang konsumsi, yang semuanya memiliki peranan penting dalam ekonomi nasional (Yuniastri et al., 2021).

Di BEI, terdapat perusahaan-perusahaan besar dengan aset yang besar pula, seperti Unilever Indonesia dengan total nilai aset sekitar Rp21,54 triliun, Astra International dengan Rp366,74 triliun, dan HM Sampoerna dengan Rp63,3 triliun (Wijayanti, 2023). Kehadiran mereka di pasar saham memberikan kesempatan bagi investor untuk ikut serta dalam pertumbuhan industri manufaktur Indonesia.

Dalam era industri 4.0, perusahaan berlomba-lomba untuk mencapai kesuksesan. Salah satu kunci utama adalah menarik investor dengan memperhatikan nilai perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik akan menarik investor untuk menginvestasikan dananya yang pada gilirannya akan meningkatkan harga saham. Namun, masih ada perusahaan dengan nilai perusahaan rendah, seperti yang terjadi pada PT Mulia Boga Raya Tbk (KEJU) mengalami penurunan laba sebesar 11% pada tahun 2023 disebabkan oleh kinerja keuangan yang buruk dan peningkatan total hutang perusahaan (Setiawati, 2023).

Selain itu, dirasakan pula oleh PT Tjiwi Kimia, Tbk (TKIM) mengalami penurunan laba sebesar 61,15% dikarenakan adanya fluktuasi harga bahan baku, efisiensi operasional, dan permintaan pasar yang menurun pada kuartal III tahun 2023 (Kontan.co.id, 2023).

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, seringkali dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas (Indriaty et al., 2024). Indikator seperti *price to book value* (PBV) digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan.

Untuk menjaga daya saing di Indonesia, perusahaan makanan dan minuman dituntut untuk mengembangkan infrastruktur, teknologi, dan sumber daya alam. Kinerja perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan yang mencakup kondisi keuangan dan kinerja operasional (Santoso & Junaeni, 2022).

Terdapat faktor-faktor seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan yang memengaruhi terhadap nilai perusahaan (Soge & Brata, 2020). Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba dari kegiatan operasionalnya, dengan memanfaatkan dana yang diinvestasikan dalam bentuk aset (Susesti & Wahyuningtyas, 2022). Laba yang tinggi menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan karena investor mencari return yang optimal.

Tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan return yang tinggi pula kepada investor, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham

(Santoso & Junaeni, 2022). Hal ini akan mendorong minat investor dalam membeli saham perusahaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan permintaan saham dan harga pasar saham perusahaan.

Profitabilitas juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang sering diukur dengan *Price Book Value* (PBV). Faktor-faktor seperti struktur modal dan ukuran perusahaan mempengaruhi profitabilitas (Apriantini et al., 2022b). Kesalahan dalam menentukan struktur modal dapat menyebabkan beban keuangan yang besar bagi perusahaan, terutama dalam hal pembayaran utang yang dapat meningkatkan risiko finansial.

Namun, terdapat perbedaan pendapat dalam penelitian terkait pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Lumapow (2022) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara Akbar & Fahmi (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Saputri et al. (2021) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Anisa et al. (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menjaga tingkat profitabilitasnya dengan baik karena hal ini dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Selain itu, *leverage* juga memengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* adalah penggunaan utang oleh suatu perusahaan untuk mendukung kegiatan operasionalnya (Harianto & Hendrani, 2022). *Leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya, yang terdiri dari

utang jangka pendek dan utang jangka panjang. Dalam konteks penelitian ini, *leverage* direpresentasikan oleh *debt to equity* (DER), yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban dengan menggunakan modal sendiri (Indriaty et al., 2024).

Semakin tinggi nilai *debt to equity* (DER), semakin besar proporsi modal yang diperoleh dari utang digunakan untuk mendukung ekuitas perusahaan, sebaliknya nilai *debt to equity* (DER) yang rendah menandakan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk bertahan dalam situasi yang sulit (Barnades & Suprihhadi, 2020). Rasio *debt to equity* (DER) yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan masih dapat memenuhi kewajibannya kepada kreditur.

Namun, terdapat perbedaan pendapat dalam penelitian terkait pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Indriaty et al. (2024) menyimpulkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan dengan nilai perusahaan. Sementara, Nugraha & Alfarisi (2020) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian oleh Dina & Wahyuningtyas (2022) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas dan *leverage*, faktor lainnya yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan, sebagai indikator kekuatan finansial, memiliki dampak penting terhadap kepercayaan pasar. Perusahaan besar cenderung mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari pembeli, karena dianggap memiliki kondisi ekonomi yang kuat (Sofiatin, 2020). Hal ini diperkuat oleh penelitian Dwi dan Rahmawati (2022) yang menyatakan

bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber keuangan baik dari internal maupun eksternal.

Namun, ukuran perusahaan juga memiliki aspek risiko. Ramdhonah *et al.* (2019) menyoroti bahwa perusahaan besar dapat menghadapi risiko atas penggunaan aset oleh manajemen yang leluasa, yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Untuk mengatasi lingkungan kompetitif, perusahaan harus menerapkan investasi efisien guna meningkatkan nilai perusahaan dan return pemegang saham sesuai dengan tujuan perusahaan untuk memberikan nilai tambah bagi pemilik dan pemegang saham (Oktaviarni *et al.*, 2019).

Ukuran perusahaan juga memengaruhi akses keuangan perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin besar kemungkinan memperoleh pinjaman karena memiliki kepercayaan yang lebih tinggi dari lembaga keuangan (Yonata *et al.*, 2021). Namun, hal ini juga berimplikasi bahwa pemegang saham mungkin memiliki pengaruh yang lebih terbatas terhadap perusahaan. Oleh karena itu, meskipun ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan dan akses keuangan, manajemen harus mempertimbangkan risiko dan tujuan jangka panjang perusahaan dalam mengelola ukuran dan sumber daya finansialnya.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Andayani (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kolamban *et al.* (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan kepercayaan perusahaan lain untuk menjaga nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mempelajari dan mengkaji tentang profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sehingga penelitian ini berjudul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah peneliti yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1.4.1. Secara Teoritis

Penelitian ini memperluas wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan dalam konteks industri manufaktur. Selain itu, penelitian ini dapat membantu dalam menguji dan memperbarui teori-teori yang terkait serta mengembangkan model dan metode penelitian yang lebih baik untuk menganalisis hubungan antara profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

##### 1.4.2. Secara Praktis

###### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam membuat strategi dalam pengambilan keputusan di perusahaan manufaktur yang dapat menggunakan hasilnya untuk menginformasikan strategi keuangan guna meningkatkan nilai perusahaan.

###### 2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada investor untuk mengambil investasi pada perusahaan diberbagai sektor.

###### 3. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk memastikan penulisan pada penelitian ini lebih terstruktur dan hasil penelitian menjadi lebih terperinci. Adapun sistematika penulisan terdiri dari :

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan isi dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II           TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang telaah teoritis, telaah empiris, rerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang 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**

Bab ini menguraikan tentang deskripsi hasil penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

#### **BAB V           PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan penelitian yang ditunjukkan untuk peneliti selanjutnya