

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Banyak perubahan telah terjadi terhadap perekonomian Indonesia dewasa ini, mulai dari hal yang baik ataupun sebaliknya. Perkembangan perekonomian terjadi pada semua sektor baik sektor swasta maupun sektor pemerintah. Hal tersebut tercermin dari berkembangnya dunia bisnis dengan sangat pesat. Dalam hal ini, perusahaan saling bersaing untuk menunjukkan kinerja terbaik, sehingga selalu menjadi yang terdepan. Terjadinya persaingan saat ini mengubah dinamika bisnis yang ada.

Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis dikarenakan Indonesia memiliki potensi yang besar di mata para investor. Penduduk dengan jumlah banyak serta daya beli yang lumayan besar membuat menarik minat asing dan para importir. Perusahaan yang menggeluti bidang perdagangan, manufaktur, perbankan, maupun jasa berkompetisi satu sama lain agar dapat bertahan serta bersaing untuk menunjukkan nilai terbaik perusahaan mereka. Hal tersebut dapat diatasi apabila setiap perusahaan melakukan inovasi dan strategi bisnis sehingga terhindar dari kebangkrutan.

Dahulu orang berpendapat bahwa tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan, namun karena berbagai alasan, tujuan memaksimalkan keuntungan dianggap tidak tepat. Saat ini tujuan utama sebuah perusahaan ialah memaksimalkan nilai perusahaan serta menyejahterakan pemegang saham (Herawati, 2011). Tujuan yang dimaksud dapat terlaksana dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan (market value of the firm) (Suparno, 2016).

Perusahaan dengan harga saham cenderung tinggi memiliki arti bahwa perusahaan bersangkutan pun memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Banyak orang percaya bahwa kepercayaan investor terhadap perusahaan disebabkan oleh nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan dianggap mutlak sebab memberi gambaran bagaimana kinerja keuangan perusahaan tersebut yang akhirnya

menggiring keinginan investor agar menanamkan modalnya kepada perusahaan (Wijaya & Sedana, 2015). Memaksimalkan nilai perusahaan berarti harus pula memaksimalkan harga pasar saham. Harga saham yang makin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Tingkatan nilai yang investor berikan kepada perusahaan terlihat dari harga saham perusahaan itu sendiri, karena investor akan melihat kinerja perusahaan dan mengevaluasi perusahaan (Sirojudin & Nazzarudin, 2014).

Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh (Hamidah, Hartini, & Mardiyati, 2015) semakin tinggi nilai dari suatu perusahaan, semakin meningkat kesejahteraan serta kemakmuran yang dinikmati pemegang saham, dan semakin banyak investor yang mau menanamkan uang di perusahaan. Namun untuk meningkatkan nilai perusahaan tentunya akan banyak kendala dari luar perusahaan maupun dari dalam perusahaan (Hamidah et al., 2015). Sedangkan apabila perusahaan sedang bermasalah, akan terjadi permasalahan nilai saham perusahaan yang turun drastis. Sehingga ditarik kesimpulan jika nilai saham dijadikan tolak ukur yang tepat untuk mengukur nilai perusahaan. Maka dari itu, tujuan dari manajemen keuangan adalah seringkali dalam bentuk memaksimalkan nilai saham perusahaan atau harga saham (Paddock, Copeland, & Weston, 1980)

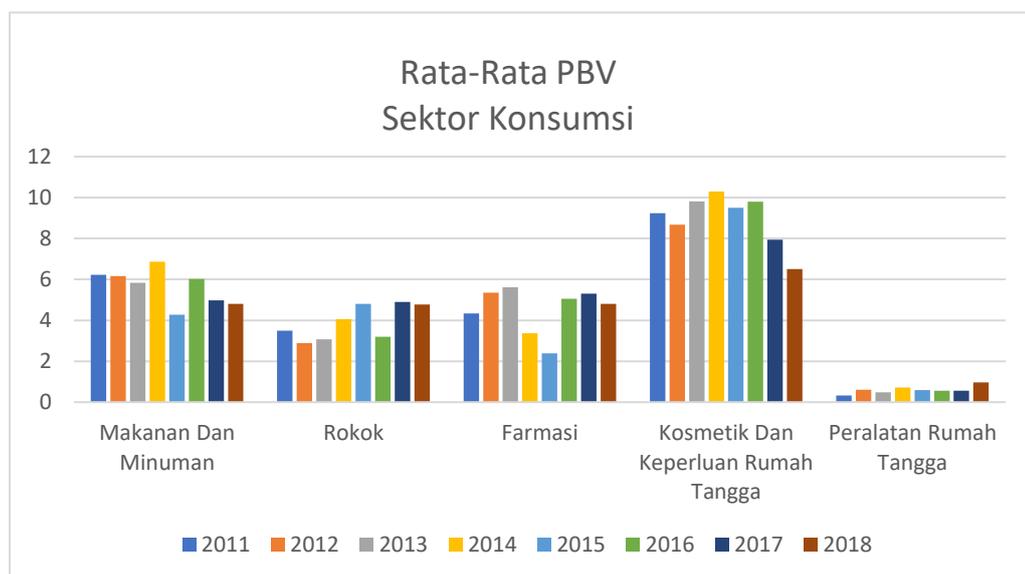
Kenyataannya perusahaan tidak selalu mengalami kemajuan, setiap perusahaan harus selalu siap menghadapi naik turunnya nilai perusahaan. Seperti yang dilansir katadata.co.id awal bulan Februari 2019 lalu mengenai menurunnya harga saham di beberapa sektor, “Indeks Saham Gabungan (IHSG) turun 0,57% mendekati level 6.500, menjadi 6.501,34 pada akhir perdagangan saham pertama Bursa Efek Indonesia (BEI). Kejatuhan IHSG ditunjukkan oleh sejumlah indeks sektoral yang memerah, dipimpin oleh sektor barang konsumsi.” Disana dinyatakan bahwa Sektor Konsumsi memimpin penurunan indeks harga saham diawal tahun 2019. Dengan kata lain, sektor ini sedang memiliki masalah salah satunya pada nilai perusahaannya karena harga saham yang menurun membuat investor enggan menanamkan saham pada perusahaan tersebut.

Selain dilihat dari IHSG, *price to book value* (PBV) juga dapat menjadi alat pengukur nilai perusahaan. PBV menggambarkan sejauh mana pasar mempengaruhi nilai buku perusahaan (Sunarsih & Mendra, 2019). Rasio PBV ialah

hasil banding dari harga saham dan nilai buku ekuitas. Makin besar rasionya, semakin yakin pasar terhadap prospek perusahaan.

Sudah seharusnya investor berhati-hati ketika hendak mengambil keputusan investasi. Investor harus melakukan beragam analisis, baik analisis teknis ataupun analisis fundamental. Tujuan analisis ialah memilah saham yang hendak dipilih serta untuk menentukan level return yang diharapkan ketika investasi yang akan dilakukan. Harga per nilai buku (PBV) diperuntukkan menjadi pembeda antara saham-saham yang harganya masuk akal, terlalu tinggi (*overvalued*) atau terlalu rendah (*undervalued*) sering digunakan investor agar dapat mempertimbangkan keputusan investasinya. Cara ini biasanya menghubungkan rasio harga terhadap nilai buku dengan nilai intrinsik saham di estimasi berdasarkan model penilaian saham.

Terdapat dinamika PBV yang secara lebih rinci akan disajikan dengan melihat persentase dari setiap sub sektor konsumsi lainnya di BEI selama tahun 2011 sampai dengan 2018 pada gambar 1.1 berikut ini:



Sumber: www.idx.co.id (data diolah kembali)

GAMBAR 1.1 RATA-RATA PRICE BOOK TO VALUE SEKTOR KONSUMSI

Dari Gambar 1.1 diketahui bahwa terjadi fluktuasi di beberapa subsektor pada sektor Konsumsi. Sub sektor yang mengalami kenaikan diantaranya subsektor

Christy Debora, 2021

PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011-2018)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

farmasi dan sub sektor peralatan rumah tangga. Sedangkan sub sektor yang mengalami penurunan diantaranya adalah sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, sub sektor makanan dan minuman, dan sub sektor rokok. Penurunan yang terjadi diketahui bersamaan dengan terjadinya penurunan IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan) Indonesia. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa sub sektor yang mengalami penurunan PBV atau penurunan nilai perusahaan terbesar ialah sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, sehingga peneliti memutuskan akan melakukan penelitian pada sub sektor tersebut.

Sub sector industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga ialah bagian dari industri barang konsumsi menggeluti bidang produksi makanan dan minuman, produk parfum, perawatan rambut, kosmetik, produk perawatan rumah tangga, dan produk perawatan tubuh.

Perusahaan kosmetik dan kebutuhan sehari-hari sendiri memegang andil penting pada kehidupan pada era ini. Kosmetik sekarang ini adalah kebutuhan yang dianggap penting dalam masyarakat modern, sebab masyarakat membutuhkan kosmetik agar dapat mendukung penampilan juga produk rumah tangga yang tak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Selain itu negara Indonesia dengan iklim tropis, membuat penggunaan kosmetik sebagai salah satu hal penting yang tidak bisa digantikan keberadaannya. Manfaat kosmetik itu sendiri selain untuk kecantikan juga berdampak bagi kesehatan.

Perkembangan industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang berkelanjutan di Indonesia memberi perusahaan potensi pengembangan dan peluang investasi yang baik. Pertumbuhan penduduk Indonesia juga mendukung hal tersebut, sehingga permintaan akan kosmetik dan produk rumah tangga juga akan terus meningkat, dan terdapat peluang trend yang berbeda setiap tahunnya. Peningkatan permintaan akan memungkinkan perusahaan memiliki nilai perusahaan yang lebih baik.

Berbagai macam faktor internal dan faktor eksternal dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan di antaranya keputusan keuangan (keputusan pendanaan, keputusan investasi, dan kebijakan dividen). Faktor lain yang juga mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur kepemilikan, likuiditas, *growth opportunity*, ukuran perusahaan, *good corporate*

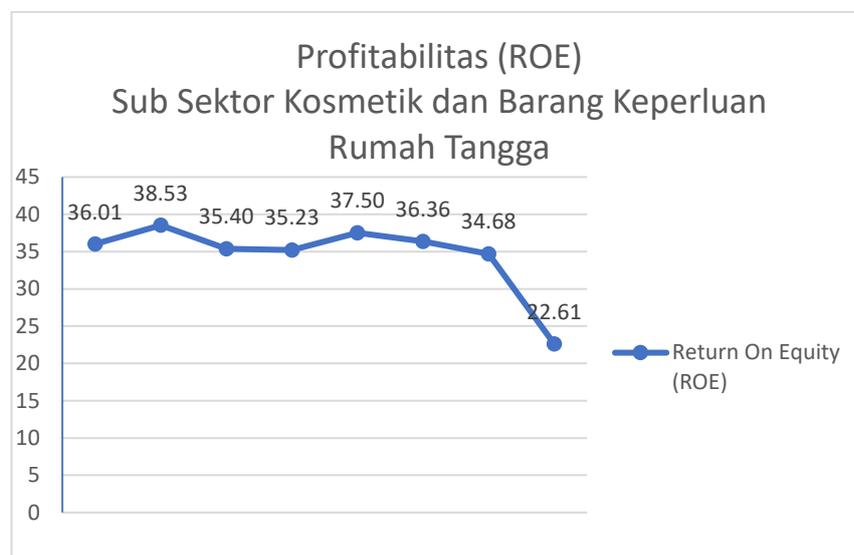
governance, profitabilitas dan lain sebagainya. Faktor eksternal yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah kondisi sosial, ekonomi, politik dan lain-lain.

Dari sekian banyaknya faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan salah satu yang dianggap penting oleh investor ketika mengevaluasi prospek perusahaan di masa yang akan datang ialah memahami tingkat profitabilitas perusahaan (Tandelilin, 2017). Profitabilitas dianggap menggambarkan laba dari investasi keuangan, yang berarti profitabilitas akan mempengaruhi nilai perusahaan sebab dapat peningkatan sumber internal (Nofrita, 2013). Calon investor dan pemegang saham menggunakan rasio ini menjadi bahan acuan terkait dengan penentu harga saham serta dividen yang akan diterima. Profitabilitas juga digunakan biasanya sebagai tolak ukur dalam menentukan alternatif pembiayaan. Cara untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan ialah beragam dan sangat bergantung pada pendapatan dan aset atau modal untuk dibandingkan dari laba yang diperoleh dari operasi perusahaan atau laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Melalui beragamnya cara menilai profitabilitas, sangat wajar apabila masing-masing perusahaan saling berbeda ketika menentukan alternatif untuk menghitung profitabilitas. Sejatinya profitabilitas yang akan digunakan, tujuannya hanyalah sebagai alat untuk mengukur efisiensi penggunaan modal pada perusahaan yang bersangkutan. Ukuran yang banyak digunakan dalam profitabilitas ialah *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). *Return on asset* (ROA) ialah ukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam memperoleh keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia di dalam perusahaan. ROA bertujuan untuk melihat tingkat efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, ukuran lain dari rasio profitabilitas yang biasa dipergunakan ialah *return on equity* (ROE) yang ialah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan total modal milik sendiri. Rasio ini memperlihatkan efisiensi investasi yang terlihat pada efektivitas pengelolaan modal sendiri.

Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wahyuni, Ernawati, & Murhadi, 2013), (Martini & Riharjo, 2014), (Astuti & Yadnya, 2019), dan (Chasanah, 2019). Hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan jika semakin tinggi nilai profitabilitas, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi

yang artinya profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi temuan penelitian yang kontradiktif justru terdapat dalam penelitian yang diteliti oleh (Hermuningsih, 2012) dan (Angga Pratama & Wiksuana, 2018) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti semakin tinggi profitabilitas tidak akan berpengaruh terhadap naik atau turunnya nilai perusahaan.

Dibawah ini terdapat grafik Profitabilitas (ROE) yang terdapat di Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang tercatat di BEI pada tahun 2011-2018:



Sumber: www.idx.co.id (data diolah)

GAMBAR 1.2 **RATA-RATA PROFITABILITAS (ROE) SUB SEKTOR KOSMETIK** **DAN BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA**

Gambar 1.2 menggambarkan nilai rata-rata ROE sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang mengalami dinamika selama 8 tahun terakhir. Nilai rata-rata ROE paling rendah terdapat di tahun 2018 sejumlah 22,61%. Selanjutnya, nilai tertinggi pada tahun 2012 sejumlah 38,53%.

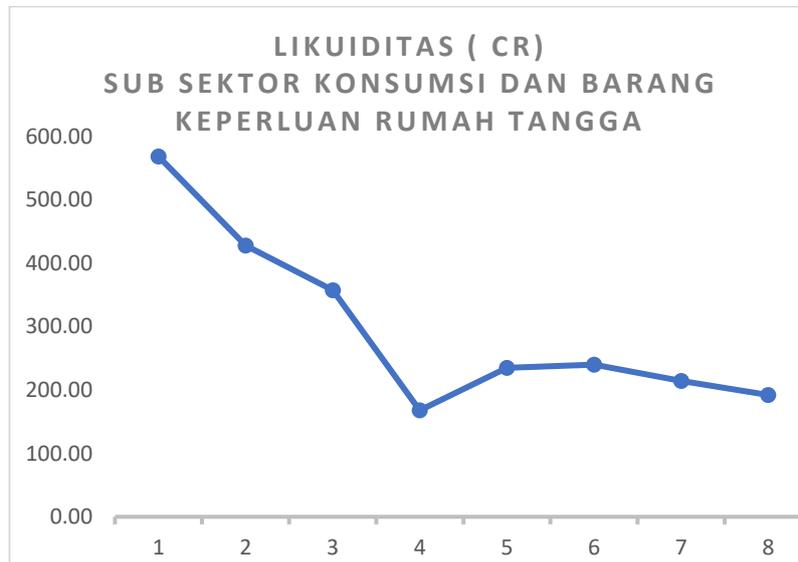
Dari gambar diatas diketahui pula selama 3 tahun terakhir nilai ROE mengalami penurunan secara terus menerus. Penurunan nilai ROE tersebut mengindikasikan jika perusahaan sedang berada dalam kondisi yang kurang menguntungkan, karena tidak dapat memanfaatkan modalnya secara maksimal untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan. Hal ini menyebabkan investor enggan menanamkan modalnya, sehingga nilai perusahaan juga akan menurun.

Christy Debora, 2021
PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011-2018)

Selain profitabilitas, likuiditas juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Likuiditas ialah suatu indikator yang memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kembali semua liabilitas keuangan jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan modal yang sudah ada (Kamil & Herusetya, 2012). Perusahaan dengan likuiditas yang baik akan dinilai oleh investor memiliki nilai perusahaan yang baik, dan akan membuat investor tertarik untuk menaruh modalnya di perusahaan tersebut. Likuiditas biasa diukur menggunakan *current ratio* (CR), yang ialah rasio dari aset lancar per hutang saat ini (Sartono, 2014).

Likuiditas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan hasil penelitian yang diteliti oleh (Patricia, Bangun, & Tarigan, 2018), (Adi & Lestari, 2019), dan (Thaib & Dewantoro, 2017). Hasil penelitiannya menyebutkan jika semakin tinggi nilai likuiditas, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi dengan kata lain likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil yang kontradiktif justru terdapat pada penelitian yang diteliti oleh (Puja Wijaya & Purnawati, 2014), (Selin, Sri, & Victoria N, 2018), (Khasanah & Aryati, 2019), dan (Astuti & Yadnya, 2019) peneliti menemukan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi likuiditas tidak akan mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan.

Dibawah ini terdapat grafik Likuiditas (CR) yang terdapat di Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2018:



Sumber: www.idx.co.id (data diolah kembali)

GAMBAR 1.3 RATA-RATA PROFITABILITAS (ROE) SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA

Gambar 1.3 berisi nilai rata-rata CR sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang mengalami perubahan selama 8 tahun kebelakang. Nilai rata-rata CR terendah terdapat di tahun 2016 sejumlah 60.56%, sedangkan nilai tertinggi pada tahun 2012 sejumlah 1174.29%.

Jika nilai CR perusahaan sangat rendah maka akan mengakibatkan penurunan nilai saham, namun apabila CR terlalu tinggi dapat dianggap pula buruk, karena pada beberapa kasus hal ini menandakan bahwa banyak uang perusahaan yang menganggur (sedikit aktivitas) dan akan mengurangi nilai perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan di latar belakang yaitu penurunan nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga maka diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut (Harahap, 2011) ada banyak cara untuk melihat nilai suatu perusahaan, diantaranya dengan menganalisis rasio keuangan. Analisis rasio keuangan yang

dapat dilakukan investor adalah rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas dan rasio aktivitas. Salah satu faktor yang akan diteliti oleh penulis ialah profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE).

Hal penting bagi investor untuk mengevaluasi kinerja masa depan perusahaan adalah memahami tingkat pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Semakin baik laju profitabilitas perusahaan maka akan prospek perusahaan di masa datang akan baik, yang artinya di mata investor, nilai perusahaan juga akan terlihat semakin baik. Kesimpulannya apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Teori sinyal menyatakan apabila nilai ROE yang dimiliki tinggi akan memberi keyakinan kepada manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci karena manajer ingin meyakinkan investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan profitabilitas yang baik. Pengambilan keputusan dengan menganalisis rasio ROE akan sangat membantu investor. Semakin besar nilai ROE maka semakin besar harga sahamnya, karena perusahaan akan menerima pendapatan atau pendapatan yang lebih tinggi, sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Perdana, Putri, Agustine, Darminto, & Sudjana, 2013) .

Selain profitabilitas faktor yang akan diteliti ialah likuiditas. Likuiditas adalah bagaimana perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendek yang telah jatuh tempo atau investasi dalam bentuk kas ketika perusahaan membutuhkan dana. Pada penelitian ini likuiditas menggunakan *Current Ratio* (CR) sebagai alat ukur. CR adalah rasio perbandingan antara aset lancar perusahaan dibagi hutang jangka pendek. Perusahaan dengan CR yang tinggi dianggap memiliki likuiditas yang lebih tinggi, hal ini menandakan perusahaan memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan perusahaannya sendiri yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kepercayaan kreditur yang tinggi dalam pemberian dana disebabkan oleh informasi bahwa perusahaan yang akan didanai memiliki nilai likuiditas yang tinggi, keadaan ini tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan (Chasanah, 2019). Rasio likuiditas dan rasio profitabilitas memberikan sinyal berupa informasi penting bagi pertumbuhan dan perkembangan suatu perusahaan (Syamsuddin, 2011).

Dari identifikasi masalah dan fenomena yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka peneliti menyimpulkan judul dari penelitian **“PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2018)”**

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran profitabilitas pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.
2. Bagaimana gambaran likuiditas pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.
3. Bagaimana gambaran nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.
5. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana gambaran profitabilitas pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.
2. Mengetahui bagaimana gambaran likuiditas pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.
3. Mengetahui bagaimana gambaran nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.
4. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.

5. Mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dibawah ini terdapat kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis dari penelitian ini:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini ialah memberikan sumbangsih pada pengembangan teori, terutama teori tentang profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

2. Kegunaan Praktis

Sedangkan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

- a. Bagi Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga

Hasil penelitian yang telah peneliti lakukan diharapkan menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam mengaplikasikan variabel yang diteliti tentunya dengan tujuan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen.

- b. Bagi Investor

Hasil penelitian yang telah peneliti lakukan diharapkan membantu menjadi pertimbangan ketika akan melakukan investasi.

- c. Bagi Penulis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini akan menambah ilmu serta pemahaman peneliti mengenai pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan, selain itu sebagai sarana pengaplikasian ilmu yang telah peneliti lakukan semasa perkuliahan.

- d. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan serta dapat dipergunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.