

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya perusahaan merupakan sebuah badan usaha yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Dalam mencapai tujuannya perusahaan melakukan berbagai upaya khususnya yaitu meningkatkan nilai perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan dari berbagai pihak yang dibutuhkan, seperti pihak kreditor dan pihak investor. Keduanya merupakan pihak yang sangat berpengaruh didalam pengadaan modal perusahaan karena dari pihak tersebutlah perusahaan dapat memenuhi kebutuhan modalnya sehingga perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya dengan maksimal. Hal ini berdampak pada meningkatnya laba perusahaan yang nantinya secara langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Nurlela & Islahuddin, 2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan menjadi indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan

Nilai Perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh investor jika perusahaan akan dijual(Nurlela & Islahuddin, 2008). Nilai perusahaan merupakan unsur yang sangat penting untuk mencerminkan kinerja perusahaan. perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi umumnya memiliki prospek yang baik sehingga kesejahteraan para pemangku kepentingan dapat terjamin. Jika nilai perusahaan mengalami penurunan maka investor akan berpikir untuk menarik modalnya dari perusahaan. perusahaan yang memiliki prospek yang buruk dan tidak dapat memberikan keuntungan.

perusahaan yang telah *go public* cenderung berusaha untuk selalu meningkatkan nilai perusahaannya untuk menarik minat dari para calon investor untuk menanamkan modalnya. jika Semakin tinggi nilai perusahaan maka kesejahteraan pemilik saham juga meningkat. Penelitian (Komala et al., 2021) berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, keputusan investasi, dan keputusan pendanaan. Sedangkan pada penelitian (Yuniningsih et al., 2019) faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen, investasi, keputusan pendanaan. Dalam penelitian ini menyebutkan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*, likuiditas, dan investasi.

Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan modalnya, perusahaan memiliki berbagai macam cara, salah satunya adalah melalui *leverage*. *leverage* berkaitan dengan keputusan manajemen dalam menetapkan jumlah proporsi hutang jangka Panjang dan ekuitas yang akan digunakan. Penggunaan hutang tersebut diharapkan dapat menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Menurut (Sartono, 2008) *Leverage* merupakan penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang berbentuk biaya tetap yang diharapkan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Hal ini tentu saja dapat menjadi sinyal yang positif bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. penelitian (Komala et al., 2021) dan penelitian (Octaviany et al., 2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian (Listiadi & Nainggolan, 2014) variabel *leverage* menunjukkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

dan pada penelitian (Yuniningsih et al., 2019) membuktikan bahwa variabel *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Setelah dapat memenuhi kebutuhan modalnya, perusahaan harus dapat menginvestasikan dana tersebut dengan baik. Dana yang diinvestasikan untuk membiayai aktiva lancar maupun aktiva tetap diharapkan dapat memberikan keuntungan yang maksimal bagi perusahaan. Investasi merupakan penanaman modal yang dilakukan oleh perusahaan dalam dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang (Harjito & Martono, 2010). (Manalu et al., 2021) menyatakan bahwa investasi perusahaan merupakan faktor yang sangat penting karena hal ini dapat menjadi sinyal bagi para investor untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang bagus atau tidak. Pada penelitian (Yuniningsih et al., 2019) menunjukkan hasil bahwa variabel investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ardinda, 2017) dan (Manalu et al., 2021) yang sama – sama menunjukkan hasil positif pada pengaruh investasi terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian (Suryandani, 2018), penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa variabel investasi tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan dengan likuiditas yang baik akan menghasilkan nilai perusahaan yang baik. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka finansial yang segera jatuh tempo (Riyanto, 2010). Pada setiap perusahaan likuiditas merupakan bagian penting yang menggambarkan sejauh mana perusahaan dapat melunasi kewajiban yang jatuh tempo kepada krediturnya.

Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik menggambarkan bahwa perusahaan melaksanakan kegiatan operasional dengan baik dan secara langsung keuntungan perusahaan akan maksimal. penelitian (Mery, 2014) menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. pada penelitian (Komala et al., 2021) menunjukkan hasil yang sedikit berbeda, dalam penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dewasa ini persaingan industri semakin ketat, khususnya pada sektor industri barang konsumsi. Perusahaan dituntut untuk selalu inovatif sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan tidak tenggelam oleh derasnya perubahan zaman. Berikut ini adalah data tingkat PBV perusahaan pada sektor *barang konsumsi* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2017 – 2020 :

Tabel 1. 1 Data PBV Perusahaan Berdasarkan Tiap Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 - 2019

Nama Sub Sektor Industri	Rata – rata PBV 2017	Rata – rata PBV 2018	Rata – rata PBV 2019	Rata – rata PBV 2020
Fodd And Beverage	3,91	6,279	4,154	2,565
Tobacco	5,53	4,355	2,654	2,43
Pharmaceuticals	7,16	7,402	2,326	4,48
Cosmetic	3,62	2.667	2.664	8,836
Housewere	0.611	0.894	0.83	0.925
Lain – lain	-	1,289	1.289	0,73

Rata – Rata	4,489	5,427	3,211	3,46
--------------------	--------------	--------------	--------------	-------------

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa sejak tahun 2017 hingga tahun 2020 tingkat PBV pada perusahaan sektor barang konsumsi mengalami fluktuasi. perusahaan sektor barang konsumsi mengalami Penurunan yang parah pada kurun waktu 2018 – 2019. Hal ini jelas merupakan sebuah masalah bagi perusahaan yang dapat berdampak pada perekonomian nasional. Perusahaan pada sektor barang konsumsi mempunyai pengaruh sebanyak 55,7% terhadap perekonomian Indonesia. Sepanjang tahun 2019, saham perusahaan pada sektor barang konsumsi mengalami penurunan yang cukup drastis sebanyak lebih dari 20% dibandingkan tahun lalu. Analisis BNI sekuritas William Siregar menunjukkan bahwa perusahaan sektor *barang konsumsi* mengalami penurunan indeks saham ini disebabkan oleh meningkatnya inflasi. Naiknya inflasi tersebut berdampak pada menurunnya tingkat pembelian masyarakat (Kontan.co.id, 2019)

Adanya fenomena dan *research gap* yang telah disebutkan diatas menjadi alasan penulis tertarik meneliti lebih lanjut mengenai fenomena ini. diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang lebih luas dan menyeluruh dari penelitian sebelumnya. periode waktu 2017 – 2019 dipilih karena data periode tahun tersebut merupakan yang terbaru sehingga dapat menggambarkan kondisi saat ini pada perusahaan sektor barang konsusi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia

1.1 Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah Pengaruh investasi terhadap nilai perusahaan ?

1.2 . Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan
2. Menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan
3. Menganalisis pengaruh investasi terhadap nilai perusahaan

1.3 Manfaat penelitian

1. Penelitian ini dapat menjadi masukan investor dalam pengambilan keputusan untuk dapat memprediksi prospek perusahaan di masa yang akan datang.
2. Penelitian ini dapat menjadi masukan perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi calon peneliti di masa yang akan datang.