

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan antar perusahaan pasca pandemi COVID-19 menjadi semakin ketat. Hal ini disebabkan karena daya beli dan permintaan masyarakat yang menurun akibat terdampak pandemi (Siagian & Cahyono, 2021). Kondisi perekonomian yang belum pulih sepenuhnya mendorong setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja dan melakukan inovasi pada produk atau jasanya, agar dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Perusahaan dituntut untuk bisa menciptakan produk atau layanan yang memiliki keunggulan tertentu dibanding kompetitor.

Inovasi yang dilakukan bisa berupa peningkatan kualitas atau kuantitas, penambahan fitur/manfaat, hingga modifikasi desain agar lebih menarik dan interaktif. Tujuannya agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat menjadi pilihan utama konsumen di tengah banyaknya alternatif pilihan di pasaran. Dengan begitu, penjualan perusahaan diharapkan dapat meningkat di tengah kondisi persaingan usaha yang sangat ketat saat ini. Jika perusahaan mampu meningkatkan kinerja dan melakukan inovasi secara berkelanjutan, maka akan berdampak positif terhadap profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan (Alamsyah & Malanua, 2021). Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor dan calon investor. Karena nilai perusahaan juga ditentukan oleh seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan prospek pertumbuhannya di masa depan.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi para investor karena mencerminkan kinerja perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi juga akan membuat pasar percaya tidaknya hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kemakmuran pemegang saham yang juga tinggi (Fajriah & Idris, 2022). Oleh karena itu, salah satu tujuan utama manajemen perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas nilai perusahaan. Bagi perusahaan, peningkatan nilai perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan bagi pasar sehingga berpotensi meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengakses sumber pendanaan baik dari utang maupun ekuitas. Salah satu sektor yang sedang meningkatkan kinerja guna meningkatkan nilai perusahaannya yaitu perusahaan sektor manufaktur.

Perusahaan sektor manufaktur di Indonesia saat ini tengah menghadapi tantangan berat akibat perlambatan ekonomi global dan turunnya permintaan di tengah pandemi COVID-19 (Putu et al., 2021). Bagi perusahaan manufaktur, peningkatan nilai perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan bagi pasar sehingga berpotensi meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengakses sumber pendanaan baik dari utang maupun ekuitas. Hal ini sangat penting mengingat perusahaan manufaktur membutuhkan modal yang besar untuk menjalankan kegiatan operasional dan pengembangan usahanya di tengah kondisi perekonomian yang penuh ketidakpastian saat ini. Strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan perlu dilakukan oleh perusahaan sektor manufaktur. Sebagai contoh dengan melakukan inovasi produk, menekan biaya produksi, menjalin kerja sama strategis, hingga ekspansi ke pasar global. Dengan melakukan peningkatan

nilai perusahaan, diharapkan perusahaan manufaktur dapat memperkuat posisi dan daya saingnya di industri.

Yuliana (2023) Menjelaskan bahwasanya perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang sedang mengalami pertumbuhan secara terus menerus. Menurut data yang dikeluarkan oleh lembaga pemerintah yang menangani statistik nasional, sektor industri pengolahan atau manufaktur mengalami penurunan sepanjang tahun 2019 mencapai 3,8%. Lembaga tersebut menilai bahwa penurunan pada sektor yang menjadi salah satu penopang perekonomian negara ini perlu mendapat perhatian khusus sehingga pada tahun 2020 industri manufaktur ini mulai mengalami peningkatan (Yazid Muamar, 2020).

Meskipun adanya tekanan yang terjadi akibat pandemic covid-19 yang telah masuk ke Indonesia sejak tahun 2020, maka pada triwulan II-2021 sub sektor di industri manufaktur mengalami pertumbuhan sangat tinggi yaitu mencapai 7,07%. Sepanjang 2022, industri manufaktur Indonesia terus ekspansif dengan PMI di atas 50%. Pada Desember 2022, PMI Manufaktur naik menjadi 50,9% dari 50,3% di bulan sebelumnya. Investasi di sektor industri manufaktur diperkirakan meningkat 7% pada 2023, mencapai Rp450-470 triliun, lebih tinggi dibanding proyeksi tahun 2022 sebesar Rp439,33 triliun (Baheramsyah, 2023). Dengan adanya fakta tersebut maka telah membuktikan bahwasanya perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang sangat layak untuk dijadikan sebagai tempat berinvestasi.

Investasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Putu et al., 2021). Ketika perusahaan melakukan investasi yang tepat, baik investasi pada aset tetap, teknologi baru, pengembangan produk, atau ekspansi

pasar, maka hal tersebut berpotensi meningkatkan kapasitas produksi, penjualan, pendapatan, serta profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Peningkatan kinerja keuangan dan operasional perusahaan melalui aktivitas investasi yang dilakukan tentunya akan meningkatkan prospek pertumbuhan serta valuasi perusahaan di mata investor. Semakin positif prospek pertumbuhan dan kinerja perusahaan ke depannya, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap peningkatan maupun penurunan dari nilai perusahaan. Kasmir (2021) menerangkan, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan ini diantaranya adalah profitabilitas, likuiditas, dan leverage (struktur modal). Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya, tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif tentang prospek perusahaan di masa depan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas ini merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas antara lain Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), dan Gross Profit Margin (GPM). Semakin tinggi rasio profitabilitas, maka akan semakin efisien pengelolaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih.

Pada penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian, yakni menurut penelitian yang dilakukan Utami (2021), menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini dikareankan kondisi ekonomi masih berjalan normal (kondisi sebelum pandemi

Covid-19). Pada masa tersebut asumsi-asumsi ekonomi masih dapat dibuat dengan keterandalan yang tinggi. Laporan keuangan masih reliable dalam membuat suatu keputusan investasi (kondisi ketidakpastian yang rendah). Sedangkan, menurut (Zam-Zam et al., 2023) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas dari perspektif modal tidak akan menarik bagi investor. Karena jika laba perusahaan tinggi dan modalnya juga tinggi, laba yang akan diterima investor rendah.

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas menunjukkan ketersediaan dana perusahaan untuk menutupi kewajiban yang sudah jatuh tempo. Likuiditas yang tinggi membuat para investor merasa aman karena perusahaan mampu mengelola keuangannya dengan baik sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. Beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur likuiditas adalah *current ratio*, *quick ratio*, dan *cash ratio*. Semakin tinggi rasio likuiditas, maka akan semakin likuid perusahaan dan dianggap semakin baik.

Penelitian yang dilakukan (Idris, 2021), menyatakan bahwa likuiditas (*current ratio*) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini dimungkinkan karena perusahaan mampu menjaga jumlah hutang jangka pendek pada jumlah yang wajar dan tepat waktu dalam pembayaran, sehingga tidak diperlukan seluruh aktiva lancar sebagai jaminan sehingga nilai perusahaan cenderung tetap selama beberapa periode. Namun hasil yang berbeda ditemukan oleh (Dwipa & Yulastuti, 2020) yakni likuiditas (*quick ratio*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan likuiditas pada aspek *current ratio* ini

memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, dimana semakin besar persentase current ratio, maka perusahaan memiliki tingkat likuiditas yang baik, sehingga akan memberikan persepsi positif terhadap kondisi perusahaan serta akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor

Leverage atau struktur modal adalah penggunaan hutang untuk membiayai investasi, berkaitan dengan komposisi pendanaan perusahaan yang berasal dari utang dan ekuitas. Leverage merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan hutang dalam struktur modalnya. Penggunaan utang yang tepat dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui manfaat pajak atas beban bunga dan pengendalian manajemen yang lebih baik. Namun, utang yang terlalu tinggi juga dapat meningkatkan risiko keuangan. Oleh karena itu, struktur modal yang optimal diperlukan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Beberapa rasio leverage yang sering digunakan adalah *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Long Term Debt to Equity Ratio* (LDER), dan lain-lain.

Leverage yang tinggi akan meningkatkan risiko keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Oktaviarni, 2019) menyatakan bahwa leverage (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini dikarenakan Leverage menggambarkan kebijakan pendanaan dalam perusahaan. manajemen dapat memutuskan untuk menaikkan pendanaan melalui hutang dalam bentuk obligasi atau melalui modal dalam bentuk saham. Utang yang optimal terjadi ketika manfaat penghematan pajak mencapai jumlah yang maksimal terhadap biaya modal. perusahaan akan terus berhutang sampai dengan tingkat tertentu dimana

manfaat penghematan pajaknya lebih besar daripada biaya modalnya. Namun hasil yang berbeda ditemukan oleh (Dwipa & Yuliasuti, 2020), menyatakan bahwa leverage (DAR) berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan nilai perusahaan bagi perusahaan yang menggunakan utang akan lebih besar daripada nilai perusahaan yang tidak menggunakan utang. Hal ini disebabkan karena pada umumnya bunga yang dibayarkan bisa dipergunakan untuk mengurangi penghasilan yang dikenakan pajak.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2019-2022)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditemukan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

2. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Bagi Universitas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi tambahan literatur pada pengembangan ilmu akuntansi, khususnya mengenai pengaruh *profitabilitas*, *likuiditas*, *leverage* terhadap nilai perusahaan.
- b. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi tentang pengaruh *profitabilitas*, *likuiditas*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan dan referensi pengetahuan akuntansi yang melibatkan peran akuntabilitas dan transparansi suatu entitas khususnya bagi para anggota tenaga kerja khususnya manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.