

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di era globalisasi menjadi semakin ketat yang disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini terlihat dari pesatnya perkembangan teknologi informasi yang perlu terus dikembangkan oleh dunia usaha. Di era kemudahan akses informasi ini, perusahaan harus berkembang pesat agar mampu bersaing. Tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga terus berinovasi dan meningkatkan nilai perusahaan agar dapat menarik investor dan memberi tahu mereka bahwa mereka telah mengambil pilihan yang tepat, investor akan terus mengurangi kepemilikannya dan perusahaan akan terus berkembang (Tuju *et al.*, 2020).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Nilai perusahaan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Pasar akan percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang dengan adanya peningkatan nilai perusahaan. Baealy *et al.* (2007) menyatakan bahwa nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang kinerja suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan (Indrarini, 2019:2).

Nilai suatu industri merupakan suatu tolak ukur yang digunakan oleh investor dalam menentukan keberhasilan suatu industri, dan keberhasilan suatu industri seringkali dikaitkan dengan harga saham, oleh karena itu memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam sebuah perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan meningkatkan keberhasilan tujuan utama perusahaan. Ketika nilai perusahaan meningkat permintaan terhadap saham tersebut akan meningkat juga. Ketika harga saham perusahaan naik, maka nilai perusahaan juga meningkat pesat. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu prestasi yang sesuai dengan keinginan pemilik, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti kesejahteraan pemilik juga meningkat (Ali *et al*, 2021).

Semua perusahaan akan berharap mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi, nilai perusahaan yang baik menggambarkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat diukur dari nilai pasar yang ditentukan pemegang saham. Bagi perusahaan yang *go public* nilai pasar perusahaan ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa yang dapat tercermin di harga saham (Franita, 2019:2). Oleh sebab itu, penurunan harga saham juga mempengaruhi turunnya nilai sebuah perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat menjadi salah satu cara untuk mengukur tingkat keberhasilan seorang manajer. Para pemegang saham akan menyerahkan urusan perusahaan kepada seorang manajer. Dalam pengambilan keputusan, manajer harus bertindak secara efektif dan efisiensi, hal tersebut untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat terus meningkat.

Dalam perkembangannya di Indonesia perusahaan manufaktur sektor aneka industri terus tumbuh dengan pesat, dari banyaknya perusahaan sektor aneka industri yang telah berdiri diharapkan mampu bersaing dengan perusahaan yang sejenis dan dapat menjaga kualitas dari perusahaannya. Dari banyaknya persaingan dalam dunia industri yang terus meningkat dan kompetitif dari setiap waktu, perusahaan diharapkan dapat menangani dan mengelola dengan baik dalam proses aktivitas yang dijalankannya. Sektor Aneka Industri adalah salah satu bagian dari sektor perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Seluruh sub sektor yang ada pada sektor aneka industri merupakan para produsen dari produk-produk kebutuhan mendasar konsumen. Produk yang dihasilkan disukai banyak orang sehingga para produsen dalam industri ini memiliki tingkat penjualan tinggi dan berdampak pada pertumbuhan di sektor industri ini (Saripah & Nasim, 2021).

Pada saat ini perkembangan suatu industri yang pesat mengikuti persaingan antar perusahaan, dimana manajer harus mengimplementasikan strategi bisnis yang baik dan tepat untuk meningkatkan nilai perusahaan, agar perusahaan tidak tersingkirkan dari dunia bisnis dan dapat bersaing dalam dunia persaingan yang sangat kompetitif. Keberlangsungan hidup suatu perusahaan adalah salah satu kepentingan yang menjadi dasar dari pelaporan keuangan perusahaan, dengan informasi keuangan banyak berasumsi bahwa perusahaan akan terus beroperasi dengan baik kedepannya. Keberlangsungan hidup perusahaan juga sangat berpengaruh bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama pihak investor, oleh karena itu investor sangat memerlukan kelangsungan hidup perusahaan supaya investor yakin untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Penanaman

modal oleh investor diharapkan mampu untuk mendanai kegiatan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan investor juga mengharapkan perolehan deviden dari modal yang diinvestasikan untuk perusahaan.

Pada dasarnya nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga saham perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat diprosikan dengan harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga saham. Terjadinya penurunan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh turunnya harga saham perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan *Price Book Value* (PBV) yaitu rasio yang dapat menunjukkan hasil perbandingan antara harga saham per saham dengan nilai buku per saham (Widyastuti *et al.*, 2022). Fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan adalah penurunan nilai perusahaan pada beberapa perusahaan sektor Aneka Industri dari tahun 2019 hingga 2022 dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Aneka Tahun 2019-2022

No	Nama Perusahaan	Tahun	Harga Saham (Rp)	Nilai Perusahaan (%)
1	PT. Ateliers Mecaniques D'Indonesia Tbk (AMIN)	2019	406	211,60
		2020	256	131,68
		2021	190	129,61
		2022	105	77,42
2	PT. Astra International Tbk (ASII)	2019	6.925	150,12
		2020	6.025	124,79
		2021	5.700	107,02
		2022	5.700	94,68
3	PT Arkha Jayanti Persada Tbk (ARKA)	2019	2.090	3.421,30
		2020	55	120,14
		2021	54	113,70
		2022	50	98,92

No	Nama Perusahaan	Tahun	Harga Saham (Rp)	Nilai Perusahaan (%)
4	PT. Goodyear Indonesia Tbk (GDYR)	2019	2.000	106,93
		2020	1.420	85,69
		2021	1.340	76,70
		2022	1.290	75,86
5	PT. Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk (GMFI)	2019	172	124,99
		2020	153	122,44
		2021	74	41,69
		2022	66	36,62

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan bergerak menurun. Salah satunya menunjukkan harga saham PT. Ateliers Mecaniques D'Indonesia Tbk menurun drastis dari tahun 2019 sebesar 406 per lembar menjadi 105 per lembar pada tahun 2022. Nilai perusahaan juga menunjukkan penurunan dari 211,60% pada tahun 2019 menjadi 77,42% saja pada tahun 2022. Kemudian penurunan harga saham juga terjadi pada PT. Astra International Tbk pada tahun 2019 sebesar 6.925 per lembar saham menjadi 5.700 per lembar saham pada tahun 2022. Nilai perusahaan juga menunjukkan penurunan dari 150,12% pada tahun 2019 menjadi 94,68% saja pada tahun 2022.

Banyak hal atau faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, menurut (Hernita, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen, dan Ukuran perusahaan. Selain faktor-faktor tersebut, nilai perusahaan juga di pengaruhi oleh beberapa faktor lainnya juga yaitu Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan (Ferjiana & Natalylova, 2023).

Dari beberapa faktor diatas peneliti mengambil 5 faktor untuk diteliti seberapa terpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas, kepemilikan manajerial, leverage ukuran perusahaan dan struktur modal.

Profitabilitas berkaitan dengan kinerja perusahaan yang dalam hal ini dicerminkan dalam bentuk laba. Satu-satunya ukuran profitabilitas yang paling penting adalah laba bersih. Para investor sangat berkepentingan dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba saat ini maupun di masa mendatang (Soemarso, 2020:393). Profitabilitas yang merupakan kemampuan perusahaan dalam upaya menghasilkan laba dalam satu periode. Semakin tinggi capaian laba perusahaan dan meningkat pada setiap tahunnya maka investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi dan diharapkan akan mendapatkan *return* yang tinggi dimasa mendatang serta akan berdampak meningkatnya nilai perusahaan (Nursasi & Faizah, 2022).

Profitabilitas juga menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas pengelolaan aset perusahaan, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi efisiensi perusahaan untuk menghasilkan laba serta semakin tinggi pula untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Widyastuti *et al.*, 2022).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Salah satu upaya perusahaan untuk mengatasi masalah keagenan adalah dengan mensejajarkan kepentingan manajer dengan kepentingan pemilik. Dengan keterlibatan kepemilikan saham, manajer diharapkan bertindak

dengan mempertimbangkan kinerjanya dalam mengelola perusahaan. Peningkatan kepemilikan manajerial membantu untuk menghubungkan kepentingan pihak internal dan pemegang saham, dan mengarah ke pengambilan keputusan yang lebih baik yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, aktivitas perusahaan dapat diawasi melalui kepemilikan manajerial yang besar (Trisnawati, 2021:6).

Kepemilikan manajerial ialah perbandingan kepemilikan saham manajerial, dibandingkan dengan jumlah saham yang tersebar pada dasar saham. Dengan kata lain kepemilikan manajerial yakni besaran proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajemen (direksi dan komisaris). Kepemilikan manajerial hendak mempengaruhi terhadap kinerja manajemen. Terus menjadi besar kepemilikan manajerial, hingga manajemen hendak terus menjadi berupaya mengoptimalkan kinerjanya. Sebab manajemen hendak terus menjadi mempunyai tanggung jawab buat penuh kemauan manajemen, yang dalam perihal ini tercantum dirinya sendiri (Suprianto, 2022).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* merupakan salah satu alternatif pendanaan perusahaan selain menjual saham di pasar modal. Keberadaan *leverage* atau hutang justru bisa menjadi cerminan bahwa kinerja saham perusahaan kurang bagus. Semakin besar hutang maka semakin besar kemungkinan kegagalan perusahaan mengalami kebangkrutan. Tetapi di samping itu ada kesan bahwa penggunaan aktiva perusahaan yang sebagian besar dibiayai dengan hutang secara efektif akan bagus untuk perusahaan. Penggunaan secara efektif ini akan menghasilkan *profit* yang akhirnya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Tarjo, 2021:20).

Menurut (Kolamban et al., 2020) Rasio *Solvabilitas* atau *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Rasio *solvabilitas* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* muncul dikarenakan perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan sehari-harinya untuk beroperasi yang menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap yang berupa biaya penyusutan dari aktiva tetap dan biaya bunga dari hutang dan juga dapat meningkatkan return atau penghasilan bagi perusahaan atau pemegang saham.

Selanjutnya ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Chasanah (2018) dalam (Toni & Anggara, 2021:6) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besar suatu skala modal yang digunakan, total aktiva yang dimiliki, atau total penjualan yang diperolehnya. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai perbandingan besar kecilnya atau besar kecilnya usaha suatu perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai suatu perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Adapun Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal. Struktur modal dapat digunakan para calon investor sebagai dasar untuk menanamkan investasinya ke dalam perusahaan karena variabel ini menggambarkan modal sendiri, total hutang dan total aset dimana ketiganya dimanfaatkan oleh mereka untuk melihat tingkat resiko, tingkat pengembalian

(*return*) dan pendapatan (*revenue*) yang akan diterima oleh perusahaan. Tingkat resiko, tingkat pengembalian (*return*) dan pendapatan (*revenue*) perusahaan dapat mempengaruhi tinggi rendahnya permintaan akan saham dimana hal tersebut juga akan mempengaruhi nilai perusahaan (Krisnando & Novitasari, 2021).

Adapun penelitian terdahulu tentang penelitian ini memiliki hasil yang beragam dan terdapat perbedaan hasil satu dengan lainnya. Menurut penelitian (Wiguna & Yusuf, 2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Dewi & Abundanti, 2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian (Dewi & Ekadjaja, 2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut (Krisnando & Novitasari, 2021) menyimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut penelitian (Putra & Sunarto, 2021) kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh negatif pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Octavus & Adiputra, 2020) menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Abdillah & Situngkir, 2021) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut (Putra & Sunarto, 2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Widyastuti *et al.*, 2022) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Suhardi, 2021) menunjukkan bahwa variabel

Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Menurut (Widianingsih & Hakim, 2021) menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut (Kurniadiantoyo, 2022) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan permasalahan dan penjelasan yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai nilai perusahaan. Dikarenakan dalam penelitian yang sebelumnya, terdapat perbedaan dari hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dimana perbedaan penelitian tersebut mengenai variabel yang diambil oleh penulis. Sehingga penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Aneka Industri Tahun 2019-2022)”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Aneka Industri Tahun 2019-2022).
2. Bagaimana pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan manufaktur Aneka Industri Tahun 2019-2022).
3. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Aneka Industri Tahun 2019-2022).

4. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Aneka Industri 2019-2022).
5. Bagaimana pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Aneka Industri 2019-2022).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
5. Untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas khasanah pengetahuan tentang Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial,

Leverage, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang ingin meneliti topik yang sejenis, khususnya terkait dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi pihak manajemen perusahaan sebagai informasi tambahan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mempertimbangkan dan mengevaluasi terkait dengan variabel profitabilitas, kepemilikan manajerial, *leverage*, ukuran perusahaan dan struktur modal sehingga bisa melakukan perencanaan atau strategi terkait nilai perusahaan di masa yang akan datang.

2. Bagi Investor atau Pemegang Saham

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan terkait keputusan investasi yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.