

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Persaingan bisnis yang semakin berkembang membuat perusahaan mengembangkan usahanya dengan lebih efisien jika ingin bersaing di era globalisasi. Banyak perusahaan didirikan dalam lingkungan ekonomi saat ini, yang terkadang membuat persaingan semakin sulit. Perusahaan pun berlomba-lomba berinovasi dan menemukan strategi untuk menghindari kebangkrutan (Agustin dan Wahyuni, 2020). Dalam menjaga keberlangsungan perusahaan merupakan bagian penting yang harus dipertahankan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin dari suatu nilai perusahaan. Diantara satu dari beberapa penitiran terhadap nilai perusahaan adalah dengan harga saham. Harga saham yang mengalami peningkatan membuat nilai perusahaan akan semakin meningkat yang dimana hal itu mengakibatkan dampak pada meningkatnya dan nilai pemegang sebuah saham yang dapat tercermin dari tingginya tingkat return bagi para pemegang saham. Situasi ini mencerminkan kemakmuran pemegang saham perusahaan (Novari & Lestari, 2017).

Dalam sebuah perusahaan pasti terdapat adanya tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam tujuan jangka pendeknya adalah dengan memanfaatkan sumber daya internal perusahaan akan mengakibatkan perusahaan mendapat hasil keuntungan semaksimal mungkin. Sementara untuk tujuan jangka panjangnya sebagai upaya dalam membuat nilai perusahaan menjadi semakin maksimal (Yusmaniarti et al., 2019).

Semakin tingginya nilai perusahaan akan disusul bersama kemakmuran dari pemegang tinggi sebuah saham, maka dari itu nilai perusahaan memang dikatakan penting (Brigham dan Gapensi, 2006). Nilai perusahaan didefinisikan bagaikan persepsi investor kepada perusahaan bilamana perusahaan tersebut menawarkan saham miliknya kepada publik. Sebagai dasar dalam melihat kinerja suatu perusahaan untuk masa yang akan datang seorang investor menggunakan nilai perusahaan, hal itu yang membuat nilai perusahaan sering kali berpaut dengan harga saham. Ketika nilai harga saham perusahaan melambung tinggi membuat seorang investor menjadi merasa diuntungkan dan jikalau harga saham melonjak pesat juga akan selaras dengan nilai perusahaan yang terbilang bernilai tinggi. Jika rencana masa mendatang nilai perusahaan menjadi semakin melambung tinggi maka itu diyakini akan membuat pasar percaya bukan hanya untuk kinerja perusahaan saat itu saja. (Sutama dan Lisa, 2018). Suatu perusahaan dapat terbilang punya nilai yang bagus apabila kinerja pada perusahaan tersebut baik hal itu merupakan dari nilai perusahaan (Nafisah et al., 2018).

Salah satu fenomena kasus yang terjadi di PT. Indofood, Tbk. Ada tanda-tanda saham turun 15%, namun investor tetap menanamkan modalnya. Itu karena penjualan perusahaan selama tiga bulan pertama 2019 naik 8,73% dibanding pada tahun yang sebelumnya sehingga laba bersih naik 13,53%. Margin perusahaan meningkat dari 6,74% di tahun 2018 menjadi 7,04% di tahun 2019 (Murti dan Purwaningsih, 2022). Ini terkait dengan proksi dari kinerja keuangan, ketika keuntungan meningkat, maka nilai perusahaan juga meningkat. Dalam hal ini menjadi indikator keputusan investasi investor bahwa perusahaan yang menghasilkan laba besar dapat mensejahterahkan bagi pemegang saham.

Rizqia et al., (2013) mengemukakan, adanya beberapa aspek dalam upaya memengaruhi dari sebuah nilai perusahaan diantaranya semacam ukuran perusahaan, *leverage*, serta profitabilitas. Menurut Nugroho et al., (2022) ukuran perusahaan merupakan suatu skala di mana dapat diklasifikasikan dari kecil besarnya suatu perusahaan mengikuti berbagai macam cara yaitu dari nilai pasar, saham, total aset, *log size* dan yang lainnya. Semakin besar ukuran perusahaan, akan membuat perusahaan dalam mendapat sumber pengelolaan baik dalam internal maupun dalam eksternal sebagai bentuk yang mempengaruhi nilai perusahaan menjadi semakin mudah.

Ukuran perusahaan dipercaya dapat memastikan rasa percaya terhadap investor. Perusahaan yang semakin hebat atau besar membuat perusahaan tersebut lebih dikenal masyarakat dan semakin mudah mendapatkan informasi yang meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar dengan nilai aktiva yang memadai pun mampu untuk menarik investor dalam melakukan penanaman modal pada perusahaan. Ukuran perusahaan tercermin dari total aset perusahaan yang dapat digunakan untuk mengoperasikan perusahaan (Novari & Lestari, 2017).

Untuk dapat menerima pendanaan perusahaan bisa menggunakan sumber pengelolaan internal semacam laba ditahan serta penyusutan sebagai sumber dari pengelolaan dan perusahaan serta meraut sumber pembiayaan yang berasal dari luar perusahaan semacam terbitan hutang dan juga modal (Purnama dan Abundanti, 2014). *Leverage* yaitu potret dari pemakaian utang dari dalam perusahaan sebagai bentuk pembelanjaan pengoperasian perusahaan tersebut (Suwardika dan Mustanda, 2017). Bentuk hutang tersebut dapat bermula dari

pihak perbankan ataupun peminjaman dari pihak-pihak lain yang bersedia. Untuk membuahkan keuntungan yang sangat tinggi perusahaan dapat melakukan hutang sebagai cara dalam membuat modal meningkat. Jika penggunaan utang terlalu banyak ditakutkan akan terjadi penurunan laba yang diperoleh dari perusahaan karena dianggap tidak sehat. Naik turunnya tingkat utang akan berdampak pada nilai pasar (Nor, 2012).

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas perusahaan yang diperoleh. Kecil besarnya dari profitabilitas berdasar hasil yang diperoleh perusahaan bisa berdampak terhadap nilai perusahaan karena dalam profitabilitas terdapat kinerja perusahaan dan ukuran yang menggambarkan keuntungan yang diproduksi perusahaan. Setiap perusahaan yang menciptakan keuntungan menunjukkan bahwa jika perusahaan mampu meningkatkan laba maka perusahaan tersebut mampu untuk berhasil sehingga menimbulkan respon positif dari investor dan harga saham perusahaan juga dapat meningkat (Dewantari et al., 2019). Profitabilitas berkaitan dengan nilai perusahaan, karena semakin besar keuntungan yang diperoleh dari aset yang dimilikinya, maka semakin banyak pula pemegang saham atau investor yang tertarik, karena kemungkinan profitabilitas perusahaan juga beragam, sehingga nantinya returnnya juga tinggi dan dari sinilah banyak muncul permintaan saham untuk menaikkan harga yang merepresentasikan pada nilai perusahaan tinggi (Yanti & Abundanti, 2019).

beberapa peneliti terdahulu mengenai ukuran perusahaan Dewantari et al., (2019) dan Untara et al., (2022) mendapati sebuah pengaruh atas variabel ukuran perusahaan terhadap variabel dependen nilai perusahaan. Beda dari Indrayani et

al., (2021) telah meneliti dengan menemukan ukuran perusahaan tidak mengalami pengaruh pada nilai perusahaan.

Dari Andriani dan Rudianto (2019) membuktikan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Jelas sangat berbeda dari Muharramah dan Hakim (2021), Sari dan Wahidahwati (2021) bahwa pada variabel *leverage* tidak terindikasi temuan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Terkait dengan variabel profitabilitas yang mampu mempengaruhi atau tidaknya dapat dilihat dari hasil penelitian sebelumnya menurut Nugroho et al., (2022) dan Oktaviarni et al., (2019) didalam penelitiannya terdapat indikasi pengaruhnya profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil yang tidak konkrit oleh Yusmaniarti et al., (2019) dengan indikasi temuan tidak berpengaruhnya profitabilitas pada nilai perusahaan.

Penelitian dibuat berlandaskan penelitian Damayanthi (2019) yang mengambil langkah membuat penelitian mengenai fenomena faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian yang dilangsungkan itu menentukan variabel independen CSR, GCG, serta kepemilikan asing sebagai bentuk tanda pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian pada dalam penelitian yang berlangsung ini peneliti hendak menguji perihal mengenai variabel bebas ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas sebagai tanda pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari latar belakang yang ditulis diatas, didapati perbedaan dari variabel, objek maupun beberapa hasil yang inkonsisten serta masih beraneka ragam yang membuat peneliti ingin tertarik melakukan sebuah penelitian yang lebih dalam dengan memakai variabel-variabel tambahan yang tentunya berbeda di judul

“pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan”.

1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakang yang diterangkan, memiliki berbagai rumusan masalah seperti dibawah ini:

1. Apakah variabel ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Apakah variabel *leverage* akan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3. Apakah variabel profitabilitas akan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam membuat penelitian ini seperti:

1. Untuk melihat tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022
2. Untuk mendapati pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022
3. Untuk mendeteksi pengaruh variable profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia masa periode 2019-2022

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi tambahan informasi yang relevan serta akurat dan juga dapat memberikan manfaat bagi akademisi sebagai bahan pengembangan penelitian yang akan digunakan pada masa selanjutnya.

Diharapkan dalam penelitian ini bisa menjadi sebagai bahan referensi untuk melakukan kegiatan penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Bagi penulis penelitian ini diharapkan menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan penulisan tentang ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, terhadap nilai perusahaan.

