

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di masa globalisasi ini telah memberikan banyak pengaruh pada laju pertumbuhan perusahaan. Salah satu cara bagi perusahaan untuk mendapatkan tambahan modal adalah dengan menawarkan kepemilikan perusahaan pada masyarakat/ publik (*go public*) yang umumnya dilakukan di pasar modal sebagai tempat bagi perusahaan untuk mengumpulkan modal dengan cara menawarkan sahamnya kepada masyarakat/ publik.<sup>1</sup>

Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek atau jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada. Adapun cara mengukur tingkat kemakmuran para pemegang saham adalah melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya.<sup>2</sup>

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham perusahaan terbentuk dari reaksi pasar terhadap keseluruhan kondisi perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah

---

<sup>1</sup> Ang, Robert. 2010, Buku Pintar Pasar Modal Indonesia. Jakarta: Mediasoft Indonesia.

<sup>2</sup> Fakhruddin, M. dan M.S. Hadiano. 2012. Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal. Jakarta: Eles Media Komputindo.

untuk memaksimalkan kemakmuran para pemegang sahamnya. Hal tersebut dapat tercapai apabila perusahaan mempunyai nilai yang tinggi, yang berarti mengoptimalkan harga saham perusahaan.<sup>3</sup>

Perusahaan yang telah *go public* memiliki tujuan utama yaitu meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka akan tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena nilai tersebut juga akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi.<sup>4</sup>

Persaingan antar perusahaan sudah menjadi fenomena yang umum dan berkompetisi untuk memberikan hasil yang terbaik, terutama pada perusahaan manufaktur. Di industri manufaktur yang berkembang begitu pesat menuntut perusahaan untuk terus berkembang dan bertahan. Perusahaan yang dapat berkembang dan bertahan dengan baik pasti dapat meningkatkan keunggulan persaingan di dunia industri. Sektor manufaktur menyumbang 39,8 persen dan realisasi investasi tanah air mencapai Rp 679,7 triliun, menurut data dari kementerian investasi/ BKPM. Menyatakan bahwa pada tahun lalu di periode yang sama, angka investasi pada perusahaan manufaktur

---

<sup>3</sup> Astuti, N. K. B., & Yadnya, I. P. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(5), 3275

<sup>4</sup> Eviani, A. D. (2015). *Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Penjualan, Dividend Payout Ratio, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal*. Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi. 11 (2) , 194-202.

mencapai Rp 230,8 triliun, sedangkan pada tahun ini mencapai 270,3 triliun. Hal ini menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dan perusahaan manufaktur sektor menjadi pemasok penanaman modal terbanyak dibandingkan perusahaan sektor lain.

Laporan keuangan untuk periode tahun 2023 yang telah diaudit diumumkan PT Unilever Indonesia Tbk. Pada tahun 2022 perusahaan masih menghasilkan hasil penjualan bersih sebesar Rp 39,5 triliun meskipun penjualan dalam negerinya menurun sebanyak 8,0 persen pada tahun 2023. Dengan pertumbuhan 1,4% pada tahun 2021, industri makan dan minuman menjadi penggerak pertumbuhan utama. Penjualan pokok berhasil turun dari 20,5 triliun pada 2021 menjadi 19,9 triliun pada 2023. Hasilnya laba kotor UNVR turun 12,6% dari 22,46 triliun menjadi 19,6 triliun. Laba sebelum bunga, pajak, pajak, penyusutan, dan amortisasi (EBITDA) mencapai 8,76 triliun, turun 17% dari 10,55 triliun pada 2021. Ini berarti laba bersih UNVR turun 19,6% secara tahunan dari 7,16 triliun menjadi 5,76 triliun. Setelah pandemi COVID-19 dan liburan akhir tahun dan hari raya Idul Fitri, serta varian COVID-19 baru, membuat pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) diberlakukan diseluruh Indonesia selama beberapa bulan ditahun 2021. Hal ini berdampak pada daya beli konsumen, terutama di segmen pasar dimana Unilever Indonesia beroperasi. Produk seperti Royco, Saus Tiram dan Wall's Extra Creamy 3in1 Unicorn menjawab keinginan konsumen untuk menghabiskan lebih banyak waktu dirumah bersama keluarga, serta produk

seperti Buavita 100% Daily Vitamins Requirements dan Paddle Pop Choco Magma dengan Vitamin D.

Begitu pun dengan kinerja keuangan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) terselamatkan dan batal mengalami penurunan laba. Berdasarkan laporan keuangan, perusahaan mencatat pendapatannya sebesar Rp 22,23 triliun pada kuartal III-2022. Angka ini 11,77% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya, Rp 18,89 triliun. Beban pokok tercatat Rp 17,48 triliun. Nilai ini juga naik 18,12% secara tahunan menjadi Rp 17,48 triliun. Kenaikan beban pokok lebih besar dari pendapatan ini membuat MYOR mencatat penurunan laba kotor 6,68% secara tahunan menjadi Rp 4,75 triliun. Akibat dari penurunan itu, laba usaha MYOR hanya naik 1,65 secara tahunan menjadi Rp 1,46 triliun. Padahal beban penjualan turun 9,93% secara tahunan menjadi Rp 2,76 triliun. Akibat dari kenaikan tersebut, MYOR mencatat laba sebelum pajak sebesar Rp 1,4 triliun, naik dari yang sebelumnya sebesar Rp 1,3 triliun. Laba bersih dari MYOR tercatat Rp 1,08 triliun. Perolehannya naik hingga 10% dibanding kuartal III-2021, Rp 977,93 miliar.

Setelah melewati tahunan-tahunan yang penuh tantangan di masa pandemi 2020-2021 yang membuat penurunan harga saham di kedua perusahaan tersebut, dan mulai pada tahun 2022 ini merupakan titik awal kebangkitan bisnis di sektor konsumsi dengan meningkatkan harga saham di perusahaan. Optimisme kebangkitan bisnis di sektor konsumsi di dukung dengan membaiknya perekonomian indonesia, semakin besar juga peluang bagi perusahaan untuk akselerasi pertumbuhan bisnis yang konsisten,

kompetitif, menguntungkan dan bertanggung jawab. Alasan lain untuk memperkuat pemilihan perusahaan sektor konsumsi yaitu seperti diketahui bahwa penjualan barang-barang konsumsi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat meningkat. Sehingga akan meningkatkan peluang keuntungan bagi investor yang menginvestasikan dananya pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi.<sup>5</sup> Namun pada kenyataan harga saham pada sektor industri cenderung fluktuasi seperti yang ada di tabel berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Harga Saham Perusahaan Sektor Barang Konsumsi di Indeks Saham**  
**Syariah Indonesia Periode 2021-2024**

| No | Kode Perusahaan | Nama Perusahaan                                    | Harga Saham (Rp) |      |      |      |
|----|-----------------|----------------------------------------------------|------------------|------|------|------|
|    |                 |                                                    | 2021             | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1. | ADES            | PT Akasha Wira International Tbk                   | 3290             | 7175 | 9675 | 9100 |
| 2. | AISA            | PT Tri Pilar Sejahtera Food Tbk                    | 192              | 143  | 144  | 105  |
| 3. | ALTO            | PT Tri Banyan Tirta Tbk                            | 280              | 50   | 50   | 16   |
| 4. | MYOR            | PT Mayora Indah Tbk                                | 2040             | 2500 | 2490 | 2780 |
| 5. | ULTJ            | PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk | 1570             | 1475 | 1600 | 1805 |
| 6. | UNVR            | PT Unilever Indonesia Tbk                          | 4110             | 4700 | 3530 | 1885 |

---

<sup>5</sup> Hairi, Tarmiji, 2019, *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2017*. Jurnal Ekonomika, Vol. 14 No.2, 171-186.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa indeks harga saham dari enam perusahaan sektor barang konsumsi di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2021-2024 banyak mengalami fluktuasi, dengan fluktuasi tersebut harga-harga saham semua perusahaan manufaktur mengalami naik turun, kenaikan dan penurunan harga saham itu biasa mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menarik untuk diteliti karena perkembangan perusahaan sektor industri barang konsumsi merupakan tolak ukur dalam menilai kemajuan di suatu perusahaan.

Banyak faktor yang digunakan sebagai parameter dalam memprediksi nilai perusahaan. Informasi keuangan dan informasi pasar yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan adalah berupa rasio keuangan. Dari analisis rasio akan dihasilkan berapa rasio keuangan perusahaan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan investasi. Rasio keuangan secara garis besar ada lima poin yaitu rasio aktivitas, rasio likuiditas, rasio pasar, rasio profitabilitas, dan rasio solvabilitas.<sup>6</sup>

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan profitabilitas adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang diterima. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan yang didapat. Profitabilitas menggambarkan keberhasilan operasional perusahaan yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

---

<sup>6</sup> Eka Lestari, Putu, 2010. *Pengaruh Struktur Modal dan Kepemilikan Manajerial Serta Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Denpasar: Universitas Udayana

Profitabilitas salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Semua itu dikarenakan perusahaan yang menghasilkan profitabilitas tinggi cenderung harga atau nilai perusahaannya meningkat. Profitabilitas perusahaan diukur dengan *return on asset* (ROA), semakin tinggi ROA semakin baik dan efisien perusahaan tersebut, karena untuk memperoleh ROA yang besar diperlukan adanya aktiva produktif yang berkualitas.<sup>7</sup>

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor lainnya yang menjadi pertimbangan dalam keputusan penentuan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai perusahaan, ataupun hasil dari total aset dari suatu perusahaan.<sup>8</sup>

Ukuran perusahaan memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar umumnya lebih efisien, stabil, dan dipercaya investor. Namun, dalam beberapa kasus, ukuran besar bisa

---

<sup>7</sup> As'ari, H. (2017) '*Analisis pengaruh struktur aktiva dan profitabilitas terhadap struktur modal dan kinerja perusahaan* (studi kasus pada perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI)', Jurnal Riset Akuntansi Mercur Buana, Vol 3, No 2.

<sup>8</sup> Fajriyati, M. 2019, *Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan: studi kasus perusahaan food and beverages yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018*, Skripsi Ilmu Akuntansi Syariah UIN Walisongo.

menimbulkan inefisiensi dan menurunkan nilai jika tidak dikelola dengan baik..<sup>9</sup>

Faktor ketiga yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan ialah likuiditas. Likuiditas adalah suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar, Perusahaan yang memiliki nilai likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat waktunya. Jadi likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar hutang jangka pendeknya dengan kata lain rasio yang digunakan untuk mengukur sampai berapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Ukuran likuiditas perusahaan yang diproksikan dengan current ratio (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (*current asset*) dengan hutang lancar (*current liabilities*). Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan.<sup>10</sup>

Likuiditas memiliki hubungan yang kompleks terhadap nilai perusahaan. Umumnya, semakin likuid perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan, karena menunjukkan kemampuan membayar utang dan stabilitas.

---

<sup>9</sup> *Ibid*, h. 127

<sup>10</sup> Maryam, S., & Mus, A. R. 2020, *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. CESJ: Center Of Economic Students Journal, Vol. 3, No. 1, 90-190.

Namun, likuiditas yang terlalu tinggi juga bisa berdampak negatif karena mencerminkan kurangnya efisiensi penggunaan aset.<sup>11</sup>

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah struktur modal. Struktur modal merupakan salah satu unsur yang dapat menentukan baik buruknya kinerja suatu perusahaan, struktur modal akan menentukan sumber pembiayaan dan pembelanjaan oleh suatu perusahaan. Struktur modal biasanya ditunjukkan untuk kebutuhan investasi, pendanaan dari hutang akan memiliki konsekuensi yang berbeda jika dibandingkan dengan pendanaan sendiri . dan struktur modal juga menunjukkan perimbangan atau perbandingan sendiri.<sup>12</sup> Semakin tinggi nilai struktur modal, nilai perusahaan bisa meningkat jika utang dikelola dengan baik, tapi jika utang terlalu banyak maka dapat menambah resiko dan penurunan nilai.

Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal yang optimal dapat memaksimalkan nilai perusahaan, sedangkan struktur modal yang tidak seimbang (terlalu banyak utang atau ekuitas) dapat mengurangi kepercayaan investor dan menurunkan nilai perusahaan.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> C hasanah, Nur amalia 2020, Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Penelitian Dan Bisnis*, 3(1),h. 39-47

<sup>12</sup> Mardevi, K. S., 2020, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi*. (JAE) *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, Vol. 5 No. 2, 36-47.

<sup>13</sup> Fajriyati, M. 2019, *Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan: studi kasus perusahaan food and beverages yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018*, Skripsi Ilmu Akuntansi Syariah UIN Walisongo.

Objek penelitian ini ialah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2021-2024. Peneliti memilih Industri barang konsumsi karena industri ini merupakan salah satu sektor utama yang memberikan kontribusi besar terhadap PDB dan memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Stabilitas permintaan di sektor ini menjadikan perusahaan-perusahaan dalam industri ini menarik untuk dianalisis, terutama dari aspek nilai perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Pemilihan perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) menunjukkan fokus pada entitas bisnis yang memenuhi prinsip-prinsip syariah. Hal ini penting karena pasar modal syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan menjadi bagian signifikan dari perekonomian nasional. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur keuangan syariah.

Pemilihan rentang waktu 2021–2024 mencakup masa-masa penting dalam perekonomian global dan nasional, seperti masa pandemi dan masa pemulihan. Hal ini memungkinkan analisis terhadap bagaimana faktor-faktor internal perusahaan memengaruhi nilai perusahaan dalam kondisi ekonomi yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di ISSI Periode 2021-2024”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun dari rumusan masalah yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur jenis sektor industri barang konsumsi yang terdaftar Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2021-2024?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur jenis sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2021-2024?
3. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur jenis sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah (ISSI) periode 2021-2024?
4. Bagaimana pengaruh stuktur terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur jenis sektor industri barang konsumsi terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2021-2024?
5. Bagaimana pengaruh secara simultan profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur jenis sektor industri barang konsumsi terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2021-2024?

## **C. Manfaat Penelitian**

1. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan teori mengenai tingkat profitabilitas, ukuran

perusahaan, likuiditas dan struktur modal pada suatu perusahaan serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

## 2. Bagi praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian untuk membantu meningkatkan dan menjaga stabilitas nilai perusahaan serta dapat menjadi referensi atau bahan wacana bermanfaat bagi penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusahan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia (ISSI) 2021-2024.
2. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia (ISSI) 2021-2024.
3. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsusmsi yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia (ISSI) 2021-2024.
4. Untuk menguji pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan struktur modak terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang

konsumsi yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia (ISSI) 2021-2024.

5. Untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, struktur modal terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia (ISSI) 2021-2024.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini terdiri dari beberapa bab meliputi:

##### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Ruang lingkup, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

##### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat teori-teori mengenai variabel yang dipermasalahkan dalam penelitian ini dan variabel yang dibahas untuk dijadikan dasar dalam pemecahan masalah, penelitian terdahulu yang telah dilakukan, kerangka pemikiran yang melandasi timbulnya pengembangan hipotesis dalam penelitian ini.

##### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini antara lain jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional, teknik analisis data dan pengujian data.

##### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian atau menjelaskan tentang karakteristik responden, hasil penelitian yang berisi hasil data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang garis besar kesimpulan yang akan diambil dari inti penelitian dan tindakan yang perlu untuk tindak lanjut yang lebih baik dari pemecahan masalah.

