

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, perekonomian global menuntut perusahaan untuk beroperasi lebih efisien secara finansial guna mempertahankan eksistensinya. Berdasarkan kondisi perekonomian perusahaan saat ini, persaingan antar perusahaan yang sangat ketat menyebabkan perusahaan berlomba-lomba menempuh langkah untuk mengoptimalkan nilai perusahaannya agar dapat bertahan melantai di dunia bisnis. Dalam persaingan yang semakin ketat, baik di pasar maupun di pasar internasional perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan atau mencapai keunggulan yang kompetitif dengan cara memberikan perhatian penuh terhadap aktivitas operasional dan finansial manajemen (Lisda & Kusmayanti, 2021).

Pasar modal merupakan salah satu aspek yang berperan dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Perkembangan pasar modal di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada [idx.co.id](https://idx.co.id) (2023) investor pasar modal di Indonesia sepanjang tahun 2023 tumbuh signifikan dengan kenaikan 17,95 % dari 10,31 juta dari tahun 2022 yaitu dengan jumlah investor pada tahun 2023 mencapai 12,16 juta investor. Berdasarkan laporan EY Global IPO Trends 2023, Bursa Efek Indonesia menduduki peringkat ke-6 dari segi jumlah *Initial Public Offering* (IPO), serta peringkat ke-9 dari segi total *fund-raised* di antara bursa-bursa global. Pasar modal Indonesia pada tahun 2023 merupakan pencapaian rekor tertinggi sepanjang sejarah yaitu dari sisi kapitalisasi mencapai angka 11.762 triliun pada 28 desember

2023 dan dari sisi volume transaksi harian sebesar 89 miliar pada 31 Mei 2023. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya minat masyarakat untuk menanamkan modalnya yang didukung oleh adanya peningkatan kinerja perusahaan. Sehingga investor akan tertarik dengan perusahaan yang memiliki kinerja yang baik. Investor yang ingin menanamkan modalnya harus menganalisis dan melakukan penilaian sebelum menentukan keputusan investasi. Hal ini diharapkan untuk mengurangi risiko kerugian dimasa mendatang (Lee, K.J. 2019).

Saat ini salah satu sektor *industry* yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan cukup pesat adalah sektor *consumer goods*. Hal ini dikarenakan perusahaan sektor *consumer goods* merupakan sektor yang penting bagi suatu negara karena memproduksi kebutuhan yang banyak dikonsumsi oleh konsumen. Sektor *consumer goods* merupakan perusahaan yang bergerak dari berbagai industri meliputi lima sub sektor yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, sub sektor rokok, dan sub sektor peralatan rumah tangga. Sektor *consumer goods* di Indonesia mengalami pergerakan perekonomian yang positif, hal ini dibuktikan adanya peningkatan angka perusahaan barang konsumsi yang *go public*. Menurut Budi Frensidy, pengamat pasar modal dari Universitas Indonesia mengungkapkan *consumer goods as predicted* yaitu sektor paling defensif atau mampu bertahan dalam situasi krisis serta resesi (Asri Wijayanti & Kadir, 2022).

Dengan kutipan [liputan6.com](https://liputan6.com) Jakarta (2024), salah satunya adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada kuartal III 2023 diprediksi tumbuh positif, dengan dibuktikan kenaikan penjualan sebesar 3,3 persen didorong oleh

pertumbuhan volume sebesar 4,3 persen. Namun, pada November dan Desember 2023 mengalami perubahan sentiment akibat situasi geopolitik yang disebabkan penjualan domestik tahun tutup buku Unilever Indonesia pada tahun 2023 minus 5,2 persen. Sebelumnya, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) melaporkan hasil kinerja keuangan untuk tahun periode berakhir 31 Desember 2023 dengan anggaran pendapatan sebesar Rp 38,6 triliun, angka ini turun menjadi 6,36 persen dari tahun 2022 yang tercatat sebesar Rp 41,22 triliun, sehingga menghasilkan laba bersih sebesar Rp 4,8 triliun, serta penurunan laba 10,45 persen dari tahun 2022 yang tercatat sebesar 5,36 triliun. Unilever berkembang dengan perekonomian yang cukup kuat karena terdapat daya tahan di berbagai negara seperti Asia Tenggara, Asia Selatan, Amerika Latin, dan Afrika ([kompas.id](https://www.kompas.id) 11/11/22).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat konsumsi rumah tangga juga mengalami kenaikan sebesar 5,18 persen dari tahun 2019 yaitu pada maret 2023 mencapai 9,36 persen menjadi 9,16 persen pada 2024 ([antaranews.com](https://www.antaranews.com) 6/12/23). Dengan pesatnya perkembangan sektor *consumer goods* merupakan alasan utama banyaknya investor yang mulai menanamkan modalnya dalam sektor tersebut, sehingga sektor ini banyak diminati oleh investor.

Adapun perusahaan *consumer goods* masuk jajaran dengan penjualan terbesar asing sebagai berikut PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dan PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ). Dengan adanya pencapaian tersebut, banyaknya investor menanamkan sahamnya pada sektor *consumer goods* akan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut. Karena dengan meningkatkan nilai perusahaan maka akan meningkatkan

kemakmuran pemilik atau pemegang saham dan memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan merupakan acuan bagi para investor serta faktor yang menjadi ketertarikan untuk menginvestasikan suatu dana dalam bentuk saham (Lisda & Kusmayanti, 2021). Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain profitabilitas, struktur modal.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham perusahaan (Kusumawati & Rosady, 2020). Profitabilitas mempunyai dampak yang baik terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dan memiliki prospek di masa mendatang. Investor menangkap sebagai sinyal positif dan direspon dengan membeli saham perusahaan, sehingga semakin banyak investor yang berminat membeli saham perusahaan berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan dan nilai perusahaan juga akan meningkat (Kusumawati & Rosady, 2020).

Struktur modal merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Struktur modal adalah perbandingan antara hutang jangka panjang dan ekuitas (Ganggi *et al.*, 2023). Menurut Miller dan Modigliani, menjelaskan bahwa dengan mempertimbangkan unsur pajak, penambahan utang dalam proporsi struktur modal perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ini karena adanya penghematan pajak dari bunga yang dibayarkan dan

adanya pengurangan biaya keagenan. Menurut Astari *et al.* (2019), *trade-off theory* mengungkapkan kebijakan pendanaan (*financial policy*) perusahaan dalam menetapkan struktur modal (hutang dan ekuitas) yang digunakan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*). Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target struktur modal optimalnya, maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan hutang yang lebih tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, karena penggunaan hutang dianggap sebagai bentuk ekspansi usaha pada perusahaan dan perusahaan dianggap memiliki prospek usaha yang baik di masa yang akan datang (Kontuš *et al.*, 2022).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, sering terjadi *agency conflict*, yakni konflik perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajer. Manajer hanya memfokuskan diri pada proyek dan investasi yang akan memberikan laba besar dalam jangka waktu yang pendek daripada memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan berinvestasi pada proyek yang menguntungkan dalam jangka panjang. Pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan. Konflik keagenan dapat muncul ketika proporsi kepemilikan manajer atas saham perusahaan kurang dari 100%. Hal ini akan menimbulkan kecenderungan adanya proporsi jumlah kepemilikan manajerial dalam perusahaan

yang dapat mengindikasikan ada kesamaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham (Kusumastuti *et al.*, 2019). Dengan adanya peningkatan kepemilikan saham, tindakan yang menguntungkan pribadi manajer dapat dicegah, sehingga dapat menyatukan kepentingan antara agen dan principal.

Berdasarkan fenomena diatas, kutipan dari [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com) 14/6/23) memberikan gambaran mengenai melemahnya perekonomian negara di sektor *consumer goods* setelah pertumbuhan ekonomi di Indonesia tergolong krisis akibat dampak pandemi Covid 19 yang ditandai dengan menurunnya daya beli konsumen, perubahan perilaku konsumen, dan berkurangnya aksesibilitas ke lokasi *point-of-sale*. Hal ini disebabkan oleh penurunan pendapatan dan kenaikan harga jual untuk meningkatkan keuntungan pasca inflasi dari dampak aturan PSBB yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia (Tania V & Berry Y, 2021). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat indeks harga konsumen (HK) berada di level 4 persen, (*year on year/yoy*) pada Mei 2023. Artinya, nilai tersebut lebih rendah dibandingkan bulan sebelumnya yang sebesar 4,33%. Perlambatan inflasi ini disebabkan oleh normalisasi harga jual pasca lonjakan pada periode lebaran. Berdasarkan Bank Indonesia PMK No.101/PMK.010/2021 diterbitkan pada tanggal 28 Juli 2021 dengan Sasaran Inflasi tahun 2022, 2023 dan di tahun 2024, masing-masing sebesar 3,0%, 3,0%, dan 2,5%, dengan deviasi  $\pm 1\%$ . Oleh karena itu, pemerintah Indonesia menetapkan target pertumbuhan ekonomi sebesar 5,3 persen hingga 5,7 persen pada tahun 2024. Menteri Keuangan (Sri Mulyani) juga menyampaikan perkiraan inflasi di Indonesia pada tahun 2024 berkisar antara 1,5% hingga 3,5%.

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut antara lain adalah dari Dela & Nurhayati (2020), hasilnya membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Risma & Suparno (2021), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Priyatama & Pratini (2021), menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Lisda & Kusmayanti (2021), yang memiliki hasil bahwa secara parsial struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Faroji & Ali (2021), hasilnya secara parsial profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian oleh Bagaskara *et al.*(2021), yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian dari Damayanti E & Darmayanti (2022), dengan hasil bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang serupa dari Suastra *et al.* (2023), juga memiliki hasil bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya, terdapat tambahan variabel kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Penulis menggunakan perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 sampai tahun 2023 dengan alasan memilih

perusahaan sektor *consumer goods* karena perkembangan perusahaan sektor *consumer goods* seiring berjalannya waktu memiliki peluang untuk berkembang pesat dan berperan penting untuk memenuhi kebutuhan para konsumen.

Berdasarkan adanya fenomena dan teori yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengkaji berjudul “Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023 Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi”.

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka terdapat batasan masalah untuk menghindari pembahasan yang meluas. Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Objek kajian dibatasi pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia*.
2. Factor yang mempengaruhi nilai perusahaan hanya melibatkan 3 (tiga) variabel yaitu *profitabilitas*, dan *struktur modal*. Dan penggunaan *kepemilikan manajerial* sebagai moderasi.
3. Pengamatan dilakukan selama periode 2019 sampai 2023.
4. Data yang digunakan untuk keperluan penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari *Bursa Efek Indonesia* dan situs resmi perusahaan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pengungkapan kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pengungkapan kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan?

### **D. Tujuan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang serta rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kepemilikan manajerial dapat memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan
4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kepemilikan manajerial dapat memoderasi struktur modal terhadap nilai perusahaan

## **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan manfaat pada bidang akuntansi. Adapun manfaat penelitian ini antara lain sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

#### **a. Bagi Akademisi**

Dapat memberikan kontribusi yang positif dan berguna untuk wawasan pengetahuan khususnya dibidang manajemen keuangan sebagai perbandingan dengan penelitian selanjutnya.

#### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam literatur, menambah pengetahuan bagi mahasiswa untuk dapat dijadikan bahan referensi pembelajaran selanjutnya serta dapat melakukan kajian penelitian yang sama hubungannya dengan variabel tersebut, sehingga mampu menerapkan ilmu yang didapatkan untuk menjadikan dasar penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperhatikan kondisi perusahaan berdasarkan situasi yang terjadi disuatu negara dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, dari segi variabel moderasi dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan

agar tidak terjadi *agency conflict* antara agen dan principal sehingga mampu dicegah dan ditindaklanjuti.

b. Bagi Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang tepat, mengkaji ulang pada perusahaan yang telah *go public*, khususnya investasi pada sektor *consumer goods* dalam perkembangan perekonomian yang seiring berjalan mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara menerus.