

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bisnis dalam dunia usaha terjadi karena terdapat pengaruh dinamika ekonomi, sosial, budaya dan teknologi. Setiap perusahaan harus mampu konsisten dalam memelihara bahkan meningkatkan kinerja agar mampu bersaing dengan pasar global demi keberlangsungan hidup perusahaan. Kebutuhan dana yang besar sangat diperlukan perusahaan untuk memperluas bisnisnya (Andriani & Panglipurningrum, 2020). Persaingan yang ketat antar perusahaan dalam bidang perindustrian disebabkan oleh kondisi perekonomian yang lemah. Dengan adanya persaingan membuat perusahaan lebih meningkatkan kinerja agar tujuan yang diinginkan dapat tetap tercapai. Disamping itu ada yang berpendapat bahwa perusahaan harus menciptakan kesejahteraan masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Dalam pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan ingin mencapai suatu tujuan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Tidak hanya itu perusahaan memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kinerjanya yaitu dengan memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham dan pemilik melalui peningkatan nilai perusahaan.

Ekonomi di Indonesia berkembang dengan sangat cepat, terutama yang mendukung perekonomian di Indonesia yaitu industri barang konsumsi. Industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor industri yang cukup menarik, dikarenakan seluruh produknya selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Industri barang konsumsi menghasilkan suatu produk yang sifatnya konsumtif dan disukai oleh seluruh masyarakat seperti, makanan, minuman, obat-obatan dan lain-lain. Terdapat enam sub sektor industri barang konsumsi diantaranya yaitu, sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga serta sub sektor peralatan rumah tangga.

Industri barang konsumsi mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang cukup pesat. Ditengah melemahnya beberapa sektor industri dalam negeri yang diakibatkan oleh perlambatan ekonomi, sektor industri barang konsumsi masih tetap memperlihatkan pertumbuhan yang positif. Meskipun pertumbuhan industri

barang konsumsi yang ada di Indonesia pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan karena tingkat konsumsi masyarakat yang sempat menurun. Faktor utama yang menjadi penyebab perlambatan pada sektor industri barang konsumsi yaitu persaingan antar perusahaan yang semakin ketat dan memanas yang melibatkan berbagai merek lokal maupun impor. Selanjutnya, pada tahun 2018 sampai 2019 industri barang konsumsi mengalami kenaikan karena tingkat konsumsi masyarakat melesat tinggi, akan tetapi pada tahun 2020 industri barang konsumsi mengalami penurunan kembali yang disebabkan oleh melemahnya perekonomian karena dampak COVID-19.

Nilai perusahaan merupakan cerminan keadaan suatu perusahaan saat ini dan dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang, selain itu nilai perusahaan akan dianggap mampu dapat mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan (Putra *et al*, 2021). Peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang dapat mencerminkan peningkatan kemakmuran para pemegang saham, oleh karena itu nilai perusahaan merupakan suatu yang sangat penting bagi perusahaan. Pasar tidak akan percaya pada kinerja perusahaan untuk saat ini akan tetapi pada prospek perusahaan di masa yang akan datang melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Bagi para investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut sehingga dapat membuat harga saham suatu perusahaan mengalami peningkatan. Tetapi bagi seorang manajer, nilai perusahaan dijadikan sebagai tolak ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan adanya peningkatan kinerja pada suatu perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dapat dipandang sebagai suatu kemampuan untuk lebih meningkatkan kemakmuran para pemegang saham yang merupakan salah satu tujuan perusahaan (Indrarini, 2019:2).

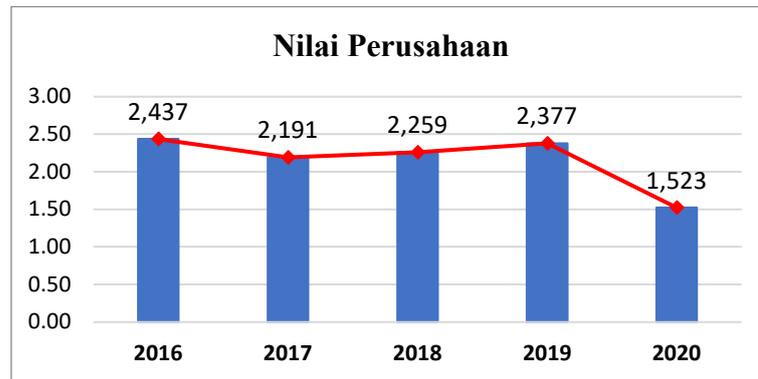
Setiap perusahaan tentu saja memiliki tujuan jangka panjang ataupun tujuan jangka pendek. Tujuan jangka panjang suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan, sedangkan tujuan jangka pendeknya yaitu untuk

memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Adanya tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan, berarti menuntut perusahaan untuk mengambil keputusan dan selalu memperhitungkan akibatnya terhadap nilai atau harga saham. Kinerja perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan sehingga mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Selain dari itu, nilai perusahaan dapat dicerminkan dengan jumlah ekuitas perusahaan dan hutang, sehingga nilai perusahaan mempunyai peranan penting dalam mengukur kinerja perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham (Putra *et al*, 2021).

Nilai perusahaan dapat mencerminkan bahwa sejauh mana suatu perusahaan dapat diakui oleh publik. Nilai perusahaan juga dapat diproksikan dengan tiga cara yaitu nilai buku, nilai likuiditas dan nilai pasar atau saham (Hery, 2017:6). Nilai perusahaan tidak hanya digambarkan dengan harga saham suatu perusahaan saja. Dalam penelitian ini untuk nilai perusahaan yang dijadikan sebagai variabel dependen diukur menggunakan *price to book value* (PBV) (Yanti *et al*, 2019).

PBV yaitu metode yang sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, PBV merupakan rasio perbandingan antara harga saham dengan harga buku. PBV berarti dapat menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu perusahaan, PBV juga dapat menunjukkan seberapa jauh perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan relatif dengan jumlah modal yang diinvestasikan. Jika rasio PBV semakin tinggi itu menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi para pemegang saham (Pasaribu *et al*, 2019). Semakin rendah PBV berarti semakin rendah harga saham relatif terhadap nilai buku, begitupun sebaliknya apabila PBV semakin tinggi maka semakin tinggi harga saham relatif terhadap nilai bukunya. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh dengan baik maka dapat dinilai dari harga pasar sahamnya, dengan tingginya harga saham dapat menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi pula (Hery, 2017:7).

Berikut rata-rata nilai perusahaan yang diproksikan dengan menggunakan *price to book value* (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2016-2020.



Sumber: diolah oleh penulis, 2022

**Gambar 1.1**

### **Grafik Rata-Rata Nilai Perusahaan**

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2017 rasio nilai perusahaan mengalami penurunan menjadi 2,191 dari 2,437 di tahun 2016. Kemudian pada tahun 2020 rasio nilai perusahaan mengalami penurunan kembali menjadi 1,523 dari 2,377 di tahun 2019. Hal ini disebabkan karena penurunan nilai perusahaan akan diikuti dengan penurunan harga saham yang dapat mencerminkan penurunan kemakmuran para pemegang saham. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh tidak baik maka dapat dilihat dari harga pasar sahamnya (Indrarini, 2019:2). Adapun rasio nilai perusahaan mengalami kenaikan dari tahun 2017 sebesar 2,191 menjadi 2,259 di tahun 2018. Kemudian pada tahun 2019 mengalami kenaikan kembali dari 2,259 menjadi 2,377. Hal ini disebabkan karena peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang dapat mencerminkan peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh dengan baik maka dapat dinilai dari harga pasar sahamnya (Indrarini, 2019:2).

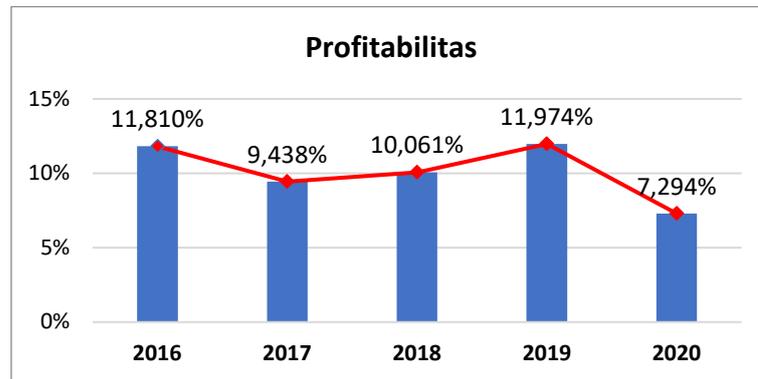
Profitabilitas merupakan salah satu rasio yang dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan suatu keuntungan. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator seperti: laba bersih, tingkat pengembalian investasi, laba operasi dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan. Profitabilitas dapat menggambarkan

kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki.

Memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan laba tentu saling berkaitan dengan meningkatnya kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kualitas, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimiliki dan meningkatkan mutu produknya. Apabila profitabilitas semakin tinggi maka tingkat kelangsungan hidup suatu badan usaha tersebut akan jauh lebih terjamin, perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dan untuk mengukur tingkat efisiensi operasional atau efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Seorang investor menanamkan sahamnya pada suatu perusahaan tentu memiliki tujuan untuk mendapatkan *return*, apabila suatu perusahaan memiliki kemampuan yang tinggi maka akan semakin banyak menghasilkan laba dan semakin besar pula *return* yang diinginkan investor sehingga nilai perusahaan akan mengalami peningkatan (Yanti *et al*, 2019).

Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tentu sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Ranti *et al*, (2022) dan Pramudia, (2020) hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara *et al*, (2021) dan Kurniawati *et al*, (2018) hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return on assets* (ROA). ROA dipilih untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dalam menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. ROA yang semakin tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi juga (Yanti *et al*, 2019).

Berikut rata-rata profitabilitas yang diprosikan dengan menggunakan *return on assets* (ROA) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2016-2020.



Sumber: diolah oleh penulis, 2022

**Gambar 1.2**

### Grafik Rata-Rata Profitabilitas

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada tahun 2017 rasio profitabilitas mengalami penurunan menjadi 9,438% dari 11,810% di tahun 2016. Kemudian pada tahun 2020 rasio profitabilitas mengalami penurunan kembali menjadi 7,294% dari 11,974% di tahun 2019. Hal ini disebabkan karena penurunan nilai profitabilitas akan menunjukkan aktivitas penjualan yang belum optimal dan terlalu besarnya beban operasional, hal ini menjadi indikasi bahwa profitabilitas menurun. Adapun rasio nilai perusahaan mengalami kenaikan dari tahun 2017 sebesar 9,438% menjadi 10,061% di tahun 2018. Kemudian pada tahun 2018 mengalami kenaikan dari 10,061% menjadi 11,974% di tahun 2019. Hal ini disebabkan karena peningkatan nilai profitabilitas akan menunjukkan aktivitas penjualan yang optimal, semakin besar tingkat penjualan suatu perusahaan maka laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat, hal ini menjadi indikasi bahwa profitabilitas meningkat.

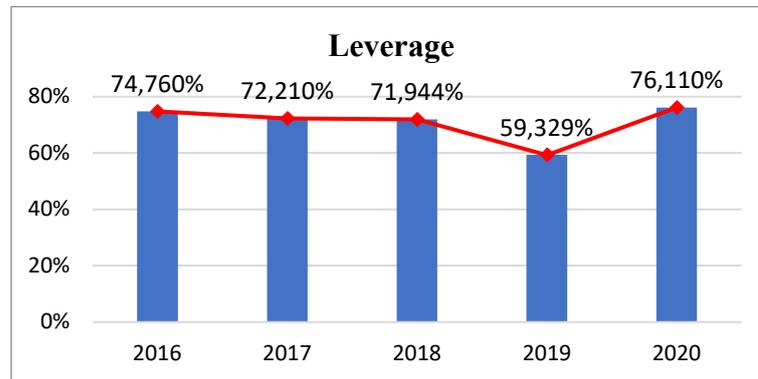
*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Dapat kita bandingkan apabila besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya dengan menggunakan modal sendiri. Keuntungan mengetahui *leverage* yaitu dapat menilai kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya, menilai kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang bersifat tetap dan untuk mengetahui apakah keseimbangan antara nilai aktiva khususnya

aktiva tetap dengan modal dapat mengambil keputusan untuk menggunakan sumber dana ke depannya (Kasmir, 2019:113). *Leverage* merupakan alat yang penting untuk mengukur efektivitas penggunaan utang perusahaan. *Leverage* merupakan bagian yang sangat penting untuk para investor membuat pertimbangan penilaian saham karena pada umumnya para investor cenderung menghindari risiko. Risiko yang timbul dalam penggunaan *financial leverage* disebut dengan *financial risk*, dimana risiko tambahan yang dibebankan kepada para pemegang saham sebagai hasil penggunaan utang oleh perusahaan. Apabila suatu perusahaan menunjukkan *leverage* yang besar maka risiko investasi juga semakin besar (Hery, 2017:12).

Penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara *et al*, (2021) hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Soge *et al*, (2020) hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ranti *et al*, (2022) dan Nugraha *et al*, (2020) yang hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

*Leverage* dalam penelitian ini, diukur menggunakan *debt to equity ratio*. *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antar seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini sangat berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam atau kreditur dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Kasmir, 2019:159).

Berikut rata-rata *leverage* yang diprosikan dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2016-2020.



Sumber: diolah oleh penulis 2022

**Gambar 1.3**

**Grafik Rata-Rata *Leverage***

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan bahwa pada tahun 2017 rasio *leverage* mengalami penurunan menjadi 72,210% dari 74,760% di tahun 2016. Kemudian pada tahun 2019 rasio *leverage* mengalami penurunan kembali menjadi 59,329% dari 71,944% di tahun 2018. Hal ini disebabkan apabila perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang rendah maka akan mengindikasikan bahwa modal usaha lebih sedikit dibiayai oleh hutang. Adapun rasio nilai *leverage* mengalami kenaikan dari tahun 2019 sebesar 59,329% menjadi 76,110% di tahun 2020. Hal ini disebabkan apabila perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi maka akan mengindikasikan bahwa modal usaha lebih banyak dibiayai oleh hutang.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *log natural* ( $\ln$ ) dari total aset yang bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. *Log natural* ( $\ln$ ) dari total aset berfungsi untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dengan ukuran perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi dengan normal. Ukuran perusahaan merupakan skala yang dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham dan lain-lain. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam mengelola sumber pendanaan, baik yang bersifat internal ataupun eksternal.

Besar kecilnya suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi oleh

perusahaan. Perusahaan kecil memiliki risiko yang tinggi sedangkan perusahaan besar memiliki resiko lebih rendah. Hal ini terjadi karena perusahaan besar mempunyai control yang lebih baik atau *greater control* terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Perusahaan besar memiliki lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena mempunyai akses yang baik terhadap sumber-sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Untuk respon investor akan lebih positif terhadap perusahaan besar, hal tersebut akan meningkatkan nilai bagi perusahaan yang berskala besar (Hery, 2017:11).

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Diantaranya, penelitian yang dilakukan oleh Barnades, (2020) hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut Nugraha *et al*, (2020) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Barnades dan Nugraha berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramudia, (2020) dan Soge *et al*, (2020) hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berikut rata-rata ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2016-2020.



Sumber: diolah oleh penulis 2022

**Gambar 1.4**  
**Grafik Rata-Rata Ukuran Perusahaan**

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa rasio ukuran perusahaan setiap tahunnya mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan oleh perusahaan yang memiliki total aset besar akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relatif stabil dan mampu menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan memiliki total aset sedikit atau rendah (Abbas *et al*, 2020).

**Tabel 1.1**

**Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan**

Tahun	Profitabilitas (ROA) (%)	Leverage (DER) (%)	Ukuran Perusahaan (LN)	Nilai Perusahaan (PBV) (Kali)
2016	11,810	74,760	29,508	2,437
2017	9,438	72,210	29,558	2,191
2018	10,061	71,944	29,612	2,259
2019	11,974	59,329	29,633	2,377
2020	7,294	76,110	29,926	1,523

Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa nilai profitabilitas tertinggi pada tahun 2019 sebesar 11,974% dan terendah terjadi pada tahun 2020 sebesar 7,294%. Sedangkan nilai *leverage* tertinggi pada tahun 2020 sebesar 76,110% dan terendah terjadi pada tahun 2019 sebesar 59,329%. Dan untuk nilai ukuran perusahaan tertinggi terjadi pada tahun 2020 sebesar 29,926 dan terendah terjadi pada tahun 2016 sebesar 29,508. Nilai perusahaan tertinggi terjadi pada tahun 2016 sebesar 2,437 dan terendah terjadi pada tahun 2020 sebesar 1,523.

Nilai di atas menunjukkan nilai profitabilitas naik diikuti oleh kenaikan perusahaan. Pada tahun 2016 terdapat profitabilitas dengan nilai 11,810% dan nilai perusahaan sebesar 2,437, pada tahun 2017 profitabilitas mengalami penurunan dengan nilai 9,438% dan diikuti penurunan nilai perusahaan sebesar 2,191. Pada tahun 2018 kembali mengalami kenaikan dengan nilai 10,061% dan diikuti peningkatan nilai perusahaan sebesar 2,259 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan dengan nilai 11,974% dan nilai perusahaan sebesar 2,377. Akan tetapi pada tahun 2020 profitabilitas mengalami penurunan kembali dengan nilai 7,294% diikuti dengan penurunan nilai perusahaan sebesar 1,523. Hal ini sejalan dengan

teori (Kasmir, 2019:204) yang menyatakan semakin besar nilai profitabilitas maka akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan.

Nilai pada tabel di atas menunjukkan terdapat kesenjangan dimana nilai *leverage* mengalami penurunan tetapi diikuti oleh penurunan nilai perusahaan. Pada tahun 2017 terdapat penurunan nilai *leverage* dengan nilai 72,210% dari 74,760% di tahun 2016, akan tetapi penurunan diikuti oleh nilai perusahaan pada tahun 2017 sebesar 2,191 dari 2,437 di tahun 2016. Hal ini berbanding terbalik dengan teori (Kasmir, 2019:152) yang menyatakan semakin rendah nilai *leverage* maka akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan.

Kesenjangan juga terjadi pada ukuran perusahaan, dimana ukuran perusahaan meningkat tetapi diikuti oleh penurunan nilai perusahaan. Pada tahun 2020 terdapat peningkatan nilai ukuran perusahaan dengan nilai 29,926 dari 29,633 di tahun 2019 akan tetapi terjadi penurunan nilai perusahaan dari tahun 2020 sebesar 1,523 dari 2,377 di tahun 2019. Hal ini berbanding terbalik dengan teori (Hery, 2017:11) yang menyatakan semakin tinggi nilai ukuran perusahaan maka akan menyebabkan kenaikan nilai perusahaan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Tetapi dari beberapa penelitian terdahulu, masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian khususnya mengenai variabel yang diteliti yaitu pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Penelitian ini penting dilakukan karena saya menganggap bahwa ada permasalahan-permasalahan yang sering terjadi, seperti perusahaan yang belum mempunyai nilai perusahaan yang optimal sehingga menjadi salah satu acuan penulis untuk melakukan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas dan perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memutuskan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020)”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti dapat menemukan beberapa masalah terkait nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sebagai berikut:

1. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan.
2. Nilai profitabilitas cenderung setiap tahunnya mengalami penurunan.
3. Kenaikan *leverage* yang cukup signifikan mengakibatkan terjadinya penurunan.
4. Nilai ukuran perusahaan pada tahun 2020 mengalami peningkatan akan tetapi nilai perusahaan pada tahun 2020 mengalami penurunan.
5. Nilai perusahaan menurun terlepas adanya peningkatan *leverage* pada tahun 2020 yang cukup signifikan dan penurunan profitabilitas pada tahun 2020.

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari cakupan masalah yang luas dalam penelitian maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti, agar peneliti lebih terarah dan terfokus pada tujuan. Batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.
2. Perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2016 - 2020.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020?

3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020?
5. Apakah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menguji profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara simultan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Dengan adanya hasil penelitian secara teoritis diharapkan dapat memberikan referensi bagi pihak akademis dan dapat menambah wawasan di bidang akuntansi khususnya mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Kemudian dapat dijadikan tolak ukur dalam penelitian nilai perusahaan terutama dibidang industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2020.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Penulis

Merupakan tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang akuntansi keuangan, kemudian untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu penulisan penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana jurusan akuntansi di Universitas Buana Perjuangan Karawang.

#### b. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar pertimbangan sebagai usaha untuk menarik investor serta masukan bagi emiten mengenai nilai perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan salah satu acuan untuk investor mempertimbangkan perusahaan mana yang akan di jadikan investasi.

#### c. Investor

Dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada investor maupun calon investor untuk menjadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi pada perusahaan tersebut dengan nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV) serta variabel-variabel lain yang mempengaruhi.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana dalam bidang keuangan, sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan di masa yang akan datang.

