

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam perekonomian Indonesia, keberadaan pasar modal (*capital market*) melaksanakan dua fungsi yaitu sebagai sarana pendanaan usaha dan sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan (Berutu, 2020). Bagi perusahaan, pasar modal dijadikan sebagai sarana untuk terus dapat mengembangkan perusahaan sebagaimana prinsip suatu entitas yaitu *going concern* atau terus berkelanjutan. Perusahaan baik kecil, menengah maupun besar dapat memperoleh akses pendanaan melalui pasar modal selain pinjaman dari bank.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) total industri besar sedang (IBS) yang tercatat pada tahun 2017 yaitu sebanyak 33.577 yang artinya terdapat banyak potensi perusahaan berbadan hukum untuk melakukan *go public* di pasar modal. Sedangkan menurut data Bursa Efek Indonesia (BEI) daftar perusahaan yang telah *go public* per 13 Desember 2020 yaitu sebanyak 714 perusahaan, dimana 48 diantaranya adalah *new listing* tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah perusahaan telah terbuka di Indonesia hanya sekitar 2% dari jumlah industri besar sedang yang telah tercatat di Badan Pusat Statistik (BPS).

Manfaat dari perusahaan yang telah melakukan *go public* sebagaimana yang dijelaskan dalam laman Pusat Informasi *Go Public* Bursa Efek Indonesia yaitu salah satunya adalah meningkatkan nilai perusahaan (*company value*) yang

didapat dari adanya perdagangan saham di bursa. Saham yang diperjualbelikan pada akhirnya memberikan dampak pada perusahaan, salah satunya adalah mengenai kapitalisasi pasar (*market capitalization*) yaitu nilai atau harga dari keseluruhan perusahaan.

Nilai perusahaan pada perusahaan *go public* dapat diindasikan melalui nilai sahamnya. Hal ini sejalan dengan (Ha & Minh, 2020) yang mendefinisikan nilai perusahaan sebagai ukuran ekonomi yang menunjukkan nilai pasar dan dapat diukur melalui fluktuasi harga saham. Nilai perusahaan dapat menjadi buruk atau merugi manakala perusahaan tidak mampu mengendalikan utang yang diambil seperti yang dialami oleh PT Sariwangi Agricultural Estate Agency (SAEA) yang sempat dinyatakan pailit karena investasi yang dibiayai dari utang tidak produktif atau tidak memperoleh hasil sesuai harapan.

Adanya *leverage* pada perusahaan dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan laba yang lebih besar melalui pengelolaan modal atau aset yang berasal dari utang secara maksimal (Aldi et al., 2020). Namun disisi lain, *leverage* yang tinggi juga akan mempengaruhi persepsi investor yang cenderung menghindari resiko dalam berinvestasi. Terdapat kaitan antara dividen dengan *leverage*, dimana tingginya utang akan diikuti oleh rendahnya kemampuan perusahaan untuk memberikan *return* berupa dividen kepada para pemegang saham, dan semakin buruk pula penilaian investor terhadap perusahaan (Surmadewi & Saputra, 2019).

Laporan keuangan tahunan tahun 2019 PT Krakatau Steel yang dipublikasikan dalam laman Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa utang

jangka pendek yang dimiliki mencapai US\$ 2.493.429 atau naik hampir 140% dari tahun 2018 sebesar US\$ 1.783.061. Selain itu, jumlah utang jangka pendek tahun 2019 lebih besar dari aktiva lancar yang dimiliki yaitu sebesar US\$ 690.608. Kondisi ini menunjukkan bahwa PT Krakatau Steel tidak likuid. Rasio likuiditas memiliki kegunaan dalam menggambarkan seberapa likuidnya perusahaan dan juga kecakapan perusahaan untuk menyelesaikan utang jangka pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki (Sudiani & Darmayanti, 2016). Semakin likuid perusahaan, semakin tinggi kepercayaan kreditur dalam memberikan dananya dan investor dalam menanamkan modalnya, hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur dan investor (Lumoly et al., 2018).

Berdasar sudut pandang investor, profitabilitas dianggap sebagai indikator terpenting guna melihat prospek perusahaan dimasa depan, hal ini karena melalui profitabilitas dapat diketahui besarnya *return* yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada investor atas penanaman modalnya (Aldi et al., 2020). Profitabilitas dapat menjadi indikator efektifitas dalam menghasilkan laba melalui pengelolaan aset dan modal yang dimiliki. Semakin tinggi tingkat laba bersih yang mampu dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula minat investor untuk berinvestasi di perusahaan, kondisi ini akan meningkatkan harga saham perusahaan (Pertiwi et al., 2016).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya *research gap* yang mendapatkan hasil beragam atau tidak konsisten terhadap variabel yang sama terhadap pengaruhnya pada nilai perusahaan. *Research gap* dalam penelitian ini

adalah penelitian yang dilakukan oleh (R. D. Nugroho, 2020), (Yumiasih & Isbanah, 2017), dan (D. Rachmawati & Pinem, 2015) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Fikriyan, 2019), (Suwardika & Mustanda, 2017), (Rudangga & Sudiarta, 2016), dan (Hasna, 2014) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda diperoleh pada penelitian yang dilakukan oleh (Priyoko et al., 2019) dan (Li Ju & Shun Yu, 2011) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggraeni & Sulhan, 2020) dan (Lumoly et al., 2018) menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviarni et al., 2019), (Lubis et al., 2017), dan (A. N. D. A. Putra & Lestari, 2016) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Sudiani & Darmayanti, 2016) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Qusaeni & Aji, 2017) dan (Jariah, 2016) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Nugraha & Alfarisi, 2020), (Pasaribu et al., 2019), (Aldi et al., 2020) dan (Pertiwi et al., 2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda diperoleh pada penelitian yang dilakukan oleh (R. D. Nugroho, 2020),

(Fauzi & Aji, 2018) dan (Karaca & Savsar, 2012) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Latar Belakang Masalah dan *Research Gap* diatas maka peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti tentang **“Pengaruh Leverage, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan *research gap* yang sudah diuraikan diatas, maka masalah pokok yang akan dikaji oleh peneliti adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh *Leverage*, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan
2. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
4. Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, dan Profitabilitas secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan

#### **D. Kebaruan Penelitian**

Terdapat banyak penelitian sebelumnya terkait nilai perusahaan, dimana hal itu searah pula dengan banyaknya variabel berbeda yang digunakan dalam pengujian penelitian yang telah dilakukan. *Leverage*, likuiditas, dan profitabilitas merupakan beberapa variabel yang pernah diuji keterkaitannya dengan nilai perusahaan.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pemilihan populasi dan sampel yang diambil. Perusahaan yang terdaftar dalam Indeks IDX SMC *Composite* di Bursa Efek Indonesia digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini, dimana belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya dan menjadi ketertarikan bagi peneliti untuk meneliti. Indeks IDX SMC *Composite* yaitu indeks yang menakar kinerja harga saham dengan kapitalisasi pasar kecil dan menengah. Indeks IDX SMC *Composite* selalu melakukan evaluasi pada daftar perusahaan yang masuk dan keluar indeks sebanyak dua kali dalam setahun.