

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri 4.0 saat ini setiap perusahaan selalu ingin terlihat agar selalu baik dan unggul yaitu dengan meningkatkan kemakmuran perusahaan. Perusahaan dapat dikatakan makmur dengan salah satu faktornya yaitu meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan indikator yang pertama kali dilihat para investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada perusahaan yang dikaitkan pada nilai harga sahamnya. Meningkatnya nilai perusahaan mewakilkan kesejahteraan para pemilik juga meningkat.

Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diprosikan melalui nilai pasar saham mengalami perubahan meskipun tidak ada kebijakan keuangan yang dilakukan perusahaan. Nilai perusahaan dapat berubah dikarenakan adanya informasi lain seperti situasi sosial dan politik, dikarenakan informasi tersebut dapat berpengaruh terhadap kebijakan yang diambil oleh perusahaan. Perusahaan diharapkan selalu mengalami peningkatan nilai perusahaan dari tahun ke tahun. Kenyataannya perusahaan yang berada di Indonesia sebagian besar memiliki nilai perusahaan yang kecil dan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Fluktuasi nilai perusahaan yang terlalu

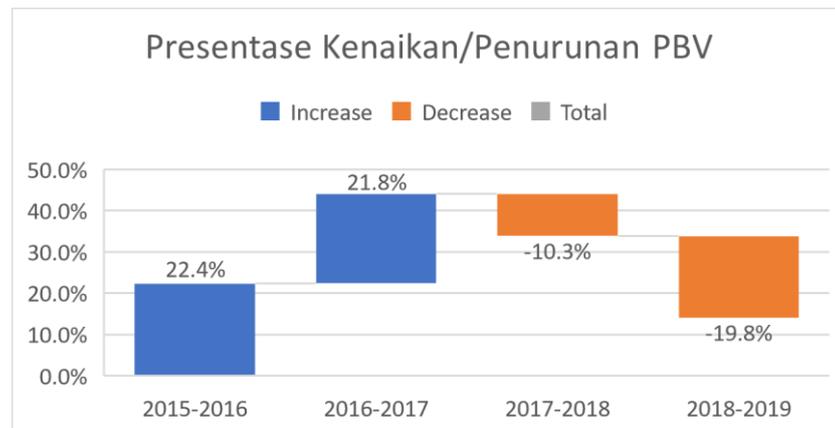
signifikan mengakibatkan munculnya masalah, seperti perusahaan dapat kehilangan daya tariknya di pasar saham.

Tabel 1. 1
Rata-Rata Nilai Perusahaan 2015-2019

Tahun	Rata-Rata Nilai Perusahaan
2015	2.434551392
2016	2.978890066
2017	3.627654611
2018	3.252551964
2019	2.609761928

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2015-2019 mengalami fluktuasi. Berikut merupakan grafik kenaikan atau penurunan nilai perusahaan dengan proksi *Price Book Value* (PBV) yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 :



Gambar 1.1 Grafik Presentase Kenaikan/Penurunan PBV

Pada tahun 2015 ke 2016 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi berhasil mengalami peningkatan nilai perusahaannya sampai dengan 22,4% dari 2,43 menjadi 2,98, periode 2016 ke 2017

peningkatan nilai perusahaan sebesar 21,8% dari 2,98 menjadi 3,63, sedangkan periode 2017 ke 2018 nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar -10,3% dari 3,63 menjadi 3,25 dan periode 2018 ke 2019 nilai perusahaan mengalami penurunan hingga -19,8% dari 3,25 menjadi 2,61.

Fenomena tersebut menandakan bahwa perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi pada tahun 2015 ke 2019 cenderung kurang stabil menjaga nilai perusahaannya. Maka dari itu, praktik dalam pencapaian nilai perusahaan tentu tidak mudah dan memerlukan waktu yang cukup panjang, sehingga diperlukan dukungan dalam rangka pencapaian nilai perusahaan yang maksimal.

Purbopangestu dan Subowo (2014) mengatakan bahwa nilai suatu perusahaan dapat dikatakan baik apabila tata kelola perusahaan itu baik, untuk mendapatkan pengelolaan yang baik maka perusahaan harus menerapkan *good corporate governance*. Tata kelola perusahaan yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola perusahaan yang baik pula yang tentunya berpengaruh terhadap citra suatu perusahaan. Dimana perusahaan tersebut akan membuka luas informasi yang sangat akurat mengenai perusahaannya.

Besar kecilnya perusahaan juga menjadi pertimbangan para investor untuk memutuskan berinvestasi pada perusahaan. Ukuran perusahaan dengan total aset yang cukup tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor sehingga berimbas pada meningkatnya juga nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator untuk menilai perusahaan dengan cara melihat dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan, termasuk di dalamnya tentang bagaimana kemampuan perusahaan untuk mengelola dana atau kekayaan yang dimilikinya dalam memperoleh keuntungan guna menyejahterakan para pemegang saham (Mutmainnah dkk., 2019).

Selain tata kelola perusahaan yang baik dan ukuran perusahaan faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan tentu memiliki daya tarik bagi para investor yang akan menanamkan saham pada perusahaan. Kinerja pemasaran dan kemampuan daya saing suatu perusahaan dalam pasar dapat dicerminkan pada pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan juga digunakan untuk meramalkan prospek perusahaan kedepannya. Semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan (Alit Dramawan, 2015).

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas yang tinggi lebih cenderung mengungkapkan banyak informasi. Manajemen terpacu mengungkapkan informasi untuk mengurangi pandangan negatif pihak eksternal terhadap kualitas investasi, sehingga dapat membantu perusahaan dalam memperoleh dana dengan biaya yang rendah dan

menghindari terjadinya penurunan saham. Profitabilitas margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci untuk menggambarkan kemampuan memaksimalkan nilai pemegang saham.

Dalam konteks islam, laba merupakan bagian yang berlebih setelah menyempurnakan modal pokok. Sesuai dalam bahasa Arab maupun Al-Qur'an, laba yaitu pertambahan atau kelebihan dari modal pokok, seperti pada Hadist Riwayat Bukhori dan Muslim :

“Seorang mukmin itu bagaikan seorang pedagang; dia tidak akan menerima laba sebelum ia mendapatkan modal pokoknya. Demikian juga, seorang mukmin tidak akan mendapatkan amalan-amalan sunnahnya sebelum ia menerima amalan-amalan wajibnya.” (HR Bukhari dan Muslim).

Hasil penelitian terdahulu Nurcahyani dkk. (2011) mengatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap ROE. Sedangkan hasil penelitian Puniayasa dan Triaryati (2016) menyatakan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap ROE. Penelitian Damayanti dan Suartana (2014), Adam (2014) menyatakan kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Hariyanto & Lestari (2016) mengatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Wahyudi dan Pawestri (2006),

Permanasari (2010) menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian (Isbanah, 2013), Wardani dan Rudolfus (2016) menunjukkan adanya pengaruh negatif signifikan ukuran perusahaan terhadap ROE. Sedangkan Damayanti dan Safitri (2012) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ROE. Penelitian Hidayat (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Dewi dan Sudiartha (2017) adanya pengaruh positif dan tidak signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Mutmainnah dkk. (2019) menunjukkan pengaruh negatif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Penelitian Kaptiana dan Asandimitra (2012), Andriasari dan Mawardi (2016), Ngatno (2018) menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan ROE. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Boadi dan Li (2015) pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap ROE. Dalam penelitian Apriliyanti dkk. (2019), Nurnaningsih dan Herawaty (2019), Mandalika (2016) menunjukkan hasil tidak adanya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019) menyatakan adanya hubungan positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi berdasarkan

penelitian Febrianti (2012) tingkat pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang nilai perusahaan dengan menambahkan variabel intervening ROE sehingga judul penelitian adalah “Pengaruh Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Return On Equity* sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia”. Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari Fatimah dkk. (2019) terhadap perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di BEI sejak 2015-2017.

B. Perumusan Masalah Penelitian

1. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap *return on equity* pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
2. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *return on equity* pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?

5. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap *return on equity* pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
6. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
7. Apakah *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
8. Apakah *return on equity* mampu memediasi hubungan antara kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
9. Apakah *return on equity* mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?
10. Apakah *return on equity* mampu memediasi hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di BEI ?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap *return on equity*.
2. Menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.

3. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *return on equity*.
4. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap *return on equity*.
6. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
7. Menganalisis pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan.
8. Menganalisis pengaruh *return on equity* sebagai variabel intervening antara kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.
9. Menganalisis pengaruh *return on equity* sebagai variabel intervening antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
10. Menganalisis pengaruh *return on equity* sebagai variabel intervening antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - Menguatkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan nilai perusahaan.
2. Manfaat Praktis

- Sebagai sarana atau acuan bagi investor dalam mempertimbangkan dan mengambil sebuah keputusan dalam menentukan nilai perusahaan berdasarkan faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.