

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pertumbuhan ekonomi Indonesia yang begitu pesat banyak perusahaan bersaing dalam mendirikan usaha baru, untuk meningkatkan pendapatan namun persaingan yang begitu tinggi perusahaan juga membuat sebuah perbedaan (*difference*) sehingga akan mendapatkan citra dan persepsi yang baik dan menjadi perusahaan *Go Public*, sebuah perbedaan perusahaan menandakan ada yang belum pernah di buat dan lakukan oleh perusahaan lain yang akan mendapatkan pandangan baik dari berbagai pihak seperti investor. Tentunya tidak mudah bagi pemilik perusahaan untuk menarik investor agar bersedia menanamkan modalnya, sebab investor memiliki pandangan yang berbeda sebelum berinvestasi.

Industri Barang Konsumsi (*consumer goods*) merupakan salah satu bagian dari perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Industri Barang Konsumsi masih menjadi pilihan utama para investor dalam menginvestasikan dana mereka. Hal ini dikarenakan saham-saham dari perusahaan-perusahaan dalam Industri Barang Konsumsi yang masih menawarkan potensi kenaikan. Dan juga Industri Barang Konsumsi terdiri dari 5 sub sektor yakni, Sub Sektor Makanan Dan Minuman, Sub Sektor Rokok, Sub Sektor Farmasi, Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Rumah Tangga, Dan Sektor Peralatan Rumah Tangga. Sektor industri barang konsumsi mempunyai peranan yang sangat strategis dalam upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat, dimana produknya sangat diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari. Selama ini pertumbuhan sektor konsumsi merupakan sektor pendukung pertumbuhan ekonomi, karena sektor ini berkembang cukup pesat bahkan ketika krisis moneter terjadi, sektor ini merupakan

salah satu penyelamat ekonomi nasional. Keunggulan industri barang konsumsi adalah tingkat permintaan yang inelastik dengan kata lain barang konsumsi kebutuhan pokok tetap dibutuhkan masyarakat walaupun harganya naik.

Pertumbuhan industri barang konsumsi di Indonesia menunjukkan nilai yang menggembirakan dalam beberapa tahun menurut data badan pengawas pasar modal dan lembaga keuangan BAPEMKA LK (2012) menunjukkan bahwa industri barang konsumsi terus tumbuh dan semakin diminati. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan indeks sektoral barang konsumsi yang tumbuh secara signifikan. Industri barang konsumsi juga merupakan salah satu penyumbang terbesar pendapatan domestik bruto (PDB) dari industri nonmigas. Walaupun pertumbuhan sektor industri barang konsumsi bagus dan menjadi salah penyumbang PDB terbesar, sektor industri juga tak lepas dari berbagai permasalahan yang harus diselesaikan agar tidak menghambat pertumbuhan (Setiyawan, 2014)

Sektor industri barang konsumsi menopang pertumbuhan manufaktur sebagian besar dari industri sebesar 44% industri dasar sebesar 27% dan aneka industri sebesar 27% (www.kemenperdi.go.id di akses pada maret 2016) industri barang konsumsi di nilai cukup menjanjikan di Indonesia karena didukung oleh sumber daya alam dan sumber daya manusia yang cukup besar. Menurut Pengamat Pasar Modal Wahyu (2011) menilai di tengah isuperlambatan ekonomi global, sektor yang paling bisa bertahan dan berkontribusi kepada pengangkatan IHSG adalah sektor industri barang konsumsi dan ritel (*Sumber: www.investasi.kontan.co.id* diakses tanggal 22 November 2012). Dalam kondisi perekonomian global yang *volatil, consumer goods* atau sektor-sektor yang memberikan pemenuhan kebutuhan domestik masih bisastabil. Belajar dari

pengalaman pada krisis keuangan 2008 di AS, sektor yang masih bisa memperoleh keuntungan adalah sektor industri barang konsumsi dan ritel. Karena merupakan kebutuhan pokok yang akan selalu dikonsumsi oleh masyarakat. Sektor industri barang konsumsi akan tetap eksis dan bertahan, karena hampir tidak terpengaruh oleh fluktuatif perekonomian. Produk yang dihasilkan perusahaan industri barang konsumsi akan tetap stabil, walaupun ada suatu penurunan tidak berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba yang optimal.

Seorang investor harus mengetahui segala informasi baik yang umum maupun yang sudah terfokus pada suatu objek terkait pasar. Hal pertama yang harus diketahui seorang investor adalah tempat untuk melakukan investasi pada perusahaan yang berupa surat-surat berharga yang dapat memberikan keuntungan bagi investor yaitu pasar modal. Pasar modal adalah tempat dimana berbagai pihak khususnya perusahaan menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*) dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan dipergunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat dana perusahaan (Tandelilin, 2007).

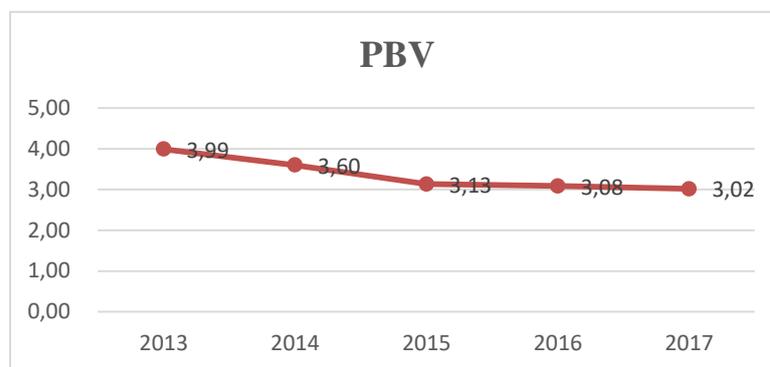
Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai pasar perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham (Brigham dan Houston, 2011).

Berdasarkan data periode 2013-2017 ditemukan nilai perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi tidak sejalan yang dapat dilihat dari grafik 1.1. dimana nilai perusahaan cenderung mengalami penurunan seperti data dibawah ini:

Grafik 1.1

Rata-Rata *Price To Book Value* (PBV)

Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2013-2017



Sumber : www.idx.co.id (data di olah)

Berdasarkan Grafik 1.1 dilihat bahwa rata-rata nilai *Price to book value* (PBV) sebagai proksi dari nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 sampai 2017 yang cenderung mengalami penurunan nilai perusahaan ini sangat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh setiap perusahaan yang menghendaki adanya kenaikan nilai perusahaan. Penurunan ini dapat menunjukkan rendahnya minat investor untuk berinvestasi akibat menurunnya kepercayaan terhadap perusahaan sehingga menyebabkan menurunnya harga saham dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. *Signaling theory*

menjelaskan bahwa sinyal merupakan petunjuk yang diberikan perusahaan terkait dengan tindakan manajemen dalam upaya penilaian proyek perusahaan (Brigham dan Houston, 2011). Fokus utama teori sinyal adalah mengkomunikasikan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh internal perusahaan yang tidak bisa diamati secara langsung oleh pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut dapat bermanfaat bagi pihak luar terutama investor ketika mereka mampu menangkap dan menginterpretasikan sinyal tersebut sebagai sinyal positif ataupun sinyal negatif. Namun perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi rata-rata PBV yang menurun, ini merupakan sinyal yang buruk (*bad news*) sehingga pelaku pasar akan merespon negatif dan menilai prospek perusahaan tidak begitu baik. Maka dengan itu penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor penyebab menurunnya nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Menurut Riyanto (2008) Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal asing (jangka panjang dan jangka pendek) dengan modal sendiri. Proporsi pendanaan perusahaan yang terdiri dari modal sendiri, hutang, saham biasa serta saham preferen guna membiayai operasional perusahaan bertujuan agar perusahaan mampu memaksimalkan harga saham yang merupakan cerminan dari nilai perusahaan (Sawir, 2005). Dalam penelitian Safrida (2008) dan Pasaribu (2016) mengatakan struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal tersebut memberikan indikasi jika struktur modal meningkat, maka nilai perusahaan tidak mampu menurun, sebaliknya penelitian Dewi (2014) mengatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga perusahaan harus mampu untuk menentukan besarnya

hutang, karena penggunaan hutang pada batas tertentu dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assest* (ROA). Menurut Husnan dan Pudjiastuty (2008) ROA merupakan kinerja keuangan yang diukur melalui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan seluruh assetnya. Semakin baik pertumbuhan *Return On Asset* berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin pula nilai perusahaan dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat.

Dari ratio profitabilitas dapat diketahui bagaimana tingkat profitabilitas perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Karena hal ini bertujuan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Apabila perusahaan berada pada posisi yang *profitable* tentu perusahaan dapat mempertahankan posisi kelangsungan hidup perusahaannya dan kesejahteraan para pemegang saham. Menurut Sartono (2014) profitabilitas periode sebelumnya merupakan faktor penting dalam menentukan struktur modal. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan lebih senang menggunakan laba ditahan sebelum menggunakan utang. Artinya semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh, maka mencerminkan semakin rendah struktur modalnya. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Penelitian ini juga didukung oleh Sari & Haryanto (2013) dan Agustini & Budiyanto (2015 yang menunjukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Namun masih ditemukan hasil penelitian yang tidak konsisten yang mana Putri,

(2012) dan Dewi & Sudiarta (2017) meneliti profitabilitas berpengaruh positif terhadap struktur modal.

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu, terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian dimana sebagian penelitian (Chandra *at all*, 2016) menemukan struktur modal berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, namun penelitian (Ogalmagai, 2013) menemukan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi struktur modal berpengaruh terhadap profitabilitas dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Utomo, 2015). Oleh karena itu penelitian menggunakan profitabilitas sebagai variabel *intervening* antara pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Variabel *intervening* (variabel mediasi) adalah variabel yang teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, yang menjadi *intervening* adalah profitabilitas. Selain itu dalam penelitian kali ini telah menggunakan periode terbaru dari Sektor Industri Barang Konsumsi yaitu periode 2013-2017.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai nilai perusahaan dengan judul **Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan setelah dimediasi profitabilitas pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sekaligus menjawab rumusan masalah di atas, serta membuktikan secara empiris.

1. Pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan setelah dimediasi profitabilitas pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk ilmu pengetahuan dan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi pengusaha

Penelitian ini dapat di jadikan pengembangan atau gambaran mengenai nilai perusahaan, dan membantu memberikan pemahaman kepada para manejer perusahaan sektor industri barang konsumsi di indonesia dalam pengambilan keputusan untuk menentukan harga saham.

3. Bagi investor

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan bahan pertimbangan bagi investor dan berinvestasi saham pasar modal. Dengan mengalisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham diharapkan investor dapat menganalisis harga saham yang akan datang.