

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis antar perusahaan saat ini tidak terlepas dari pengaruh berkembangnya dinamika ekonomi, sosial politik, serta kemajuan teknologi. Setiap perusahaan harus mampu konsisten memelihara atau bahkan semakin meningkatkan kinerjanya agar perusahaan mampu bersaing. Perusahaan membutuhkan dana yang lebih untuk memperluas bisnisnya. Hal ini menjadi salah satu faktor perusahaan untuk masuk ke bursa efek (*go public*) dan melakukan penjualan saham ataupun mengeluarkan obligasi demi memperoleh dana dari para investor yang nantinya akan dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis (Hartono, 2010).

Indonesia sendiri memiliki cukup banyak perusahaan yang bertumbuh dan membutuhkan pendanaan sehingga di BEI sendiri terdapat lebih dari 500 perusahaan yang telah melantai dibursa. Hal ini dikarenakan Indonesia menjadi pusat perhatian dalam dunia terkhusus produk konsumsi sejak masuk komunitas ekonomi ASEAN (<http://bbs.binus.ac.id>). Struktur demografi Indonesia yang didominasi oleh orang-orang berusia produktif menyebabkan konsumsi diperkirakan akan meningkat ditambah dengan perkembangan teknologi internet

yang sudah dapat mengakses internet dengan mudah yang menjadikan berbelanja tanpa harus pergi ke toko (<https://kompas.com>).

Sektor industri barang konsumsi *consumer goods* menarik untuk diteliti karena karakteristik barang konsumsi yang memiliki ketahanan produk karena banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Industri sektor barang konsumsi memiliki arus yang stabil untuk pendapatan berulang karena masyarakat akan selalu membeli produk dari perusahaan-perusahaan di sektor barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan kelangsungan hidup (<https://media.neliti.com>).

Kondisi industri *consumer goods* di Indonesia menurun pada tahun 2015. Menurut hasil riset Kantar Worldpanel, hal ini disebabkan oleh perubahan kebiasaan belanja masyarakat Indonesia, yakni mengurangi frekuensi belanja namun meningkatkan kuantitas pembelian per pembelian. Namun pada tahun 2017 kondisi berbanding terbalik dari tahun 2015. Pertumbuhan pendapatan Indonesia dari industri ini sebesar 8.3% (menurut Kantar Worldpanel) dan terbesar dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya.

Berbagai kondisi mengenai sektor *consumer goods* membuat banyak teori dalam menganalisis ekonomi yang terjadi termasuk dampak yang ditimbulkan dari ekonomi tersebut keperusahaan. Salah satunya adalah teori yang menjelaskan mengenai ekonomi keuntungan. Teori ekonomi keuntungan menurut Mohamad Habis, SEI menyatakan apabila ditinjau dari sudut pandang perusahaan/pembukuan perusahaan, keuntungan adalah perbedaan nilai uang dari hasil penjualan yang diperoleh dengan seluruh biaya yang dikeluarkan. Dalam teori ekonomi definisi itu dipandang terlalu luas karena tidak memperhatikan biaya yang

tersembunyi. Biaya tersembunyi ini meliputi pendapatan yang seharusnya dibayarkan kepada para pengusaha yang menjalankan sendiri perusahaanya, tanah, modal sendiri yang digunakan, bangunan serta peralatan kerja yang dimiliki sendiri. Keuntungan menurut pandangan pembukuan, apabila dikurangi lebih lanjut oleh biaya tersembunyi, akan menghasilkan keuntungan ekonomi dan keuntungan murni (*pure profit*). Dalam teori ekonomi yang dimaksud dengan keuntungan adalah keuntungan ekonomi.

Sementara menurut Munawir, yang dimaksud dengan konsep profitabilitas atau keuntungan bagi perusahaan adalah kemampuan perusahaan yang menghasilkan laba selama satu periode. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktiva secara produktif. Konsep profitabilitas didalam teori keuangan sering digunakan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen. Sesuai dengan perkembangan model penelitian dibidang manajemen keuangan, umumnya dimensi profitabilitas memiliki hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan sedangkan nilai perusahaan secara konsep dapat dijelaskan oleh nilai yang ditentukan oleh harga saham yang diperjualbelikan di pasar modal. Hubungan kausalitas ini menunjukkan apabila kinerja manajemen perusahaan yang diukur menggunakan dimensi-dimensi profitabilitas dengan kondisi baik, maka akan memberikan dampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal untuk menanamkan modalnya dalam kaitannya dengan pendanaan perusahaan melalui hutang. (Buku munawir analisa laporan keuangan (2014).

Selain teori profitabilitas, terdapat teori lain dalam menganalisis nilai perusahaan yaitu teori *price to earning ratio*. Dalam hal ini, pengertian investasi sendiri secara umum adalah kegiatan menanamkan modal yang dilakukan oleh investor pada suatu aset tertentu untuk mendapatkan pengembalian yang lebih besar dibandingkan yang dikorbankan. Aharony (2010) mendefinisikan investasi sebagai komitmen saat ini dalam uang, untuk suatu periode waktu dengan tujuan untuk mendapatkan pembayaran di masa depan yang akan mengkompensasikan investor untuk: (1) waktu ketika dana digunakan, (2) tingkat inflasi yang diharapkan dan (3) ketidakpastian atas pembayaran di masa depan.

Jadi secara konsep dapat disimpulkan bahwa kinerja fundamental perusahaan yang diproyeksikan melalui dimensi profitabilitas dan *price to earning ratio* perusahaan memiliki hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan melalui indikator harga saham.

Hal ini tercermin pula dari penelitian yang dibuat oleh Bayu Irfandi Wijaya (2015) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan diperkuat oleh *price to earning ratio*. Semakin profit sebuah perusahaan maka dapat dikatakan bahwa semakin bernilai sebuah perusahaan dan akan tercermin dari peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan juga tidak hanya berasal dari profitabilitas namun dari rasio-rasio lain dan juga berasal dari *price to earning ratio* yang didapatkan perusahaan dari para investor guna meningkatkan ekspansi perusahaan kedepan.

Sehubungan dengan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan pengujian empiris dengan judul "Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

yang dimediasi oleh *price to earning ratio*(Studi pada Perusahaan di Sektor Industri *Consumer Goods LQ-45* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2018)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat disusun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *price to earning ratio* pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah *price to earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah *price to earning ratio* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Bayu Irfandi Wijaya dan I.B. Panji Sedana (2015) yang berjudul pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh kebijakan dividen dan *price to earning ratio* sebagai variabel mediasi yang hasilnya ROA dan PBV mempengaruhi nilai

perusahaan yang diperkuat oleh kebijakan dividen yang diwakili oleh DPR dan *price to earning ratio* PER.

Penelitian ini mereplikasi penelitian ini dimana profitabilitas menggunakan proksi *return on asset* (ROA), nilai perusahaan menggunakan proksi *price to book value* (PBV), variabel kebijakan dividen dengan proksi *dividend payout ratio* (DPR), *price equity ratio* (PER).

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap *price to earning ratio* pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh *price to earning ratio* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Menganalisis pengaruh *price to earning ratio* yang memperkuat profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan

b. Bagi Akademik

Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan pengetahuan dalam menentukan faktor apa saja yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan melibatkan para petinggi kepentingan, internal perusahaan dan para investor pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2013 – 2018.

2. Sistematika Penulisan

Bab I. Pendahuluan

Menjelaskan tentang penjelasan latar belakang dari masalah penelitian, rumusan masalah yang terkait, batasan masalah dalam penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II. Landasan Teori

Berisikan tentang penjelasan teori-teori yang terkait dan digunakan sebagai dasar penelitian serta hasil dari penelitian terdahulu. Dasar teoritis tersebut merupakan teori yang berhubungan dengan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *price to earning ratio* sebagai variabel mediasi pada perusahaan LQ-45 sektor *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2013 – 2018.

Bab III. Metode Penelitian

Menjelaskan uraian metode penelitian dari populasi data yang dikumpulkan, pemilihan sampel sebagai bahan penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV. Analisis Data dan Pembahasan

Berisi penjelasan mengenai analisis data dan pembahasan hasil yang dilakukan dengan metode yang telah diterapkan dan ditetapkan pada bab 3, hasil dari analisis pada bab 4 akan menjelaskan rumusan masalah yang terdapat pada bab 1.

Bab V. Penutup

Dalam bab v ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan kepada perusahaan berdasarkan dari hasil analisis yang ada dan dikembangkan peneliti serta berisi keterbatasan penelitian yang telah dibuat.