

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bursa Efek Indonesia (BEI) membagi industri manufaktur menjadi 3 sektor, dengan 20 sub sektor (Bursa Efek Indonesia, 2020). Ketiga sektor tersebut antara lain adalah Industri Dasar dan Kimia, Aneka Industri, dan Industri Barang Konsumsi. Salah satu sub sektor dalam aneka industri adalah *Tekstil* dan *Garmen*. Industri tekstil dan garmen diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I Nomor 52/M-DAG/PER/7/2015. Dalam peraturan Menteri ini, yang dimaksud tekstil dan garmen adalah serat, benang filamen, kain lembaran, dan produk yang menggunakan kain lembaran sebagai bahan baku dan bahan penolong. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan *tekstil* dan *garmen* karena menurut (kemenperin: 2013) industry tekstil dan garmen di Indonesia menjadi salah satu tulang punggung sektor manufaktur dalam beberapa dekade terakhir, meningkatkan pertumbuhan perekonomian, menciptakan lapangan kerja serta mendorong peningkatan investasi dalam dan luar negeri.

Industri *tekstil* dan *garmen* di Indonesia saat ini sedang menghadapi tantangan sekaligus menghadapi tekanan ditengah globalisasi dunia untuk perdagangan bebas. Kondisi ini menciptakan suatu persaingan antar perusahaan, sehingga membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuan dari perusahaan tetap tercapai. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah peningkatan nilai perusahaan. Harjito dan Martono (2014) menjelaskan bahwa konsep nilai perusahaan dapat dipandang dari beberapa

sudut. Bagi investor dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan dari sudut pandang manajemen dimana nilai perusahaan ini sangat tergantung pada nilai manajernya. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Harga saham yang tinggi membuat akan nilai perusahaan tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar pada perusahaan baik dalam segi kinerja maupun dimasa yang akan datang. Untuk meningkatkan harga saham perusahaan, perusahaan perlu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Harjito dan Martono (2014) berpendapat bahwa “laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi apabila disusun secara baik dan akurat akan memberikan gambaran keadaan mengenai prestasi yang telah dicapai perusahaan secara nyata”. Gambaran inilah yang akan digunakan dalam melakukan penilaian kinerja keuangan yang selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam menilai kinerja keuangan untuk meningkatkan nilai perusahaan sebuah perusahaan diperlukan analisis rasio laporan keuangan yang digunakan untuk menghitung dan mengevaluasi keadaan *financial* perusahaan di masa lalu, dan masa yang akan datang. Laporan keuangan perlu disusun untuk mengetahui apakah kinerja keuangan tersebut meningkat atau menurun dan dalam menganalisis laporan keuangan diperlukan alat analisis laporan keuangan, alat analisis laporan keuangan diantaranya adalah rasio *likuiditas*, rasio *leverage*,

ukuran perusahaan, *price earning ratio* (PER), pertumbuhan penjualan dan rasio profitabilitas.

Likuiditas dalam pengaruh nilai perusahaan diukur dengan *Current Ratio* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban perusahaan jangka pendeknya. Semakin tinggi *likuiditas*, maka kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. maka semakin baik nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan Ni Kadek dan Ni Putu (2016) menghasilkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ridho, Akhmadi dan Kuswantoro (2018) menggunakan hipotesis bahwa *leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. *Leverage* dalam pengaruh nilai perusahaan diukur dengan rasio *debt to total asset* merupakan rasio yang membandingkan total kewajiban dengan total aset. Semakin kecil rasio *leverage* menunjukkan perusahaan mengalami peningkatan manajemen, karena perusahaan semakin efisien dalam mengatur biaya operasionalnya. Semakin rendah *leverage* akan meningkatkan nilai perusahaan. akan tetapi dalam penelitian tersebut mendapatkan hasil yang berbeda bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil senada juga didapat dalam penelitian yang dilakukan dengan Fadjar (2013) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan dalam pengaruh nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari kondisi keuangan perusahaan misalnya besarnya total aset. Dengan meningkatnya aset maka menunjukkan perusahaan semakin besar dan memberikan keyakinan bahwa perusahaan yang besar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dibanding perusahaan kecil. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka menyebabkan nilai perusahaan semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan Liani (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Price Earning Ratio (PER) dalam pengaruh nilai perusahaan adalah rasio atau perbandingan harga terhadap laba bersih. PER menunjukkan seberapa besar investor bersedia membayar untuk setiap satu rupiah dari laba bersih yang dilaporkan. Semakin tinggi PER maka semakin tinggi pula harga per lembar saham suatu perusahaan dan mengindikasikan nilai perusahaan yang bagus. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luluk dkk (2019) yang menyatakan bahwa *price earning ratio* (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan Penjualan dalam pengaruh nilai perusahaan adalah peningkatan dalam jumlah penjualan dalam jangka waktu yang sudah ditentukan. Hal ini digunakan untuk mengukur performa tim penjualan untuk menentukan strategi bisnis yang harus dijalankan dan juga menjadi indikator untuk pengambilan keputusan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan semakin meningkat nilai perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan

Liani (2018) growth tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dalam pengaruh nilai perusahaan diukur dengan rasio *Return On Equity* (ROE) adalah kemampuan perusahaan dalam mengefektifkan dananya untuk menghasilkan laba atas ekuitas. Semakin besar ROE mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham sehingga nilai perusahaan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yuliana dkk (2013) yang menyatakan bahwa *return on equity* (ROE) mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal senada juga didapat dalam penelitian yang dilakukan Dwita dkk (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan mengetahui kondisi internal perusahaan, investor dapat menganalisis semua aspek penting yang menentukan prospek sebuah perusahaan dan memperkirakan nilainya. Kondisi internal perusahaan juga menunjukkan seberapa bagus manajemen perusahaan dalam menjalankan perusahaan sehingga meningkatkan nilai pada masa yang akan datang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019?

2. Apakah Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019?
4. Apakah *Proce earning Ratio* (PER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019?
5. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019?
6. Apakah ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019?
7. Apakah Current Asset, Leverage, Ukuran Perusahaan, PER, Pertumbuhan Penjualan dan ROE berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Current Ratio* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2019.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Current Ratio*, Leverage, Ukuran Perusahaan, PER, Pertumbuhan Perusahaan dan ROE secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan factor apa saja yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa depan.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi para investor dalam mengambil keputusan investasi di Bursa Efek Indonesia khususnya pada sektor tekstil dan garmen

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan akan berguna bagi peneliti selanjutnya yang dapat digunakan sebagai acuan untuk mengetahui dan kemudian mengembangkan variable – variable yang mempengaruhi nilai perusahaan.